クルマと地球の未来を拓く、
環境先進企業をめざして

クラリオン株式会社
取締役社長
泉 龍彦

現在、我々は地球規模での大きな危機的な環境変化の波に直面しています。
地球温暖化はもとより、エネルギーや食料等の資源までも課題としてあがっています。
世界中の人々がそれらの課題に対処するために、意識の転換やダイナミックな環境対策をしなければいけない時期にきています。
一方、我が国においては東日本大震災による未曾有の津波災害と放射能禍に直面し、世界中からのご支援をいただき、全国民挙げて復興を進めています。
将来に向けて日本という国が存続し、世界発展のリーダーシップをとっていくためには、この大震災を一過性の不幸な自然災害として捉えるのでなく、これをきっかけに日本も社会もそして一人ひとりの気持ちも変えていく必要があります。そしてより明るい未来の構築に向けた力へと転化させなければいけません。

時流を捉えたグローバル戦略

世界中が大きく変革しつつあるこの時期において、世界各地域では新たな、そして多様なビジネスチャンスが次々と生まれています。すなわち世界全体が大きな潜在力を有するマーケットへと変貌しています。
そのような中、今回の東日本大震災の影響下、世界の中で日本に対する眼は厳しくなっています。グローバルにおいて日本企業がどれだけ貢献出来るか、日本発信ではなく世界市場のそれぞれのマーケットを見据えた活動、すなわち現場に根付いた活動が求められています。
クラリオンは企業文化として「世界の中で必要とされるClarionになる」ことをめざしてきました。それは裏を返せば「世界が望むことに対して、我々企業としてスピーディーに応える」という使命を果たすことによって達成できるものです。
その意味でも正に「クラリオンが力を最大に発揮できる時代が来た」と捉えています。クラリオンは将来をしっかりと見据え、時代の先を行く製品を世の中に提供するとともに、新たなマーケット開拓を積極果敢に進めてまいります。

人と環境にやさしい次世代の商品開発

環境保護については、既に全世界でその重要性が認知され、それをどの様に実行していくかという段階に入りました。我々が所属する自動車業界においても各社それぞれ商品化のみならず、それを取り巻く生活範囲にまで開発の幅を広げ、ダイナミックに活動を始めています。
電気自動車にはエネルギーフローの情報やチャージステーションへのナビゲート情報、スマートグリッド化に対応したネットワーク情報など新たな情報が必要であることから、クラリオンではハイブリッド車や電気自動車など、エコカーが主流になる時代を見据えた情報端末を他社に先駆けて製品化しました。
特に、世界的に拡大していく電気自動車への対応において他社を大きくリードするポジションを確保しています。
また、通信環境の進化とスマートフォンの拡大というトレンドに対応するべく、車載AV機器とスマートフォンを発展的に連動させることによって、車の中でユーザーベネフィットを高めるシステムも開発しています。そして、画像処理技術を駆使した安全運転の支援に加え、ナビゲーションと車両制御を連動させた安全運転なども実現するなど、今後もこれらの分野を強化し、安全かつ人や環境にやさしい社会づくりに貢献してまいります。

持続可能な社会をめざして

現在、地球が直面している最も重大な環境問題である温暖化現象は、国境を越えたグローバルな形で現れ、それは異常な勢いで進んでいます。急速な地球環境の変化に伴い、持続可能な循環型社会の実現に向け、環境問題への取り組みは企業の社会的責任として重要性を増してきています。
クラリオンでは、この環境問題を経営課題として位置づけ、商品開発など企業活動全般にわたり、環境経営を実践しています。また、日立グループの環境行動計画を土台とした、クラリオン独自の行動計画をグローバルに展開し、海外での環境経営も推進しています。我々クラリオンがめざす「真に世の中から必要とされる企業」になるために、こうした環境への配慮や取り組みは企業の使命であると考えているからです。

ステークホルダーの皆様へ

お客様へ
社会の変化と技術の進化の中でお客様のニーズをいち早く察知し、先進的な機能を盛り込んだユニークな商品を提供してまいります。また、お客様に大きな満足と安心と喜びを感じていただけるような商品づくりに努めてまいります。

株主の皆様へ
クラリオンは、企業体質を根本から変え、筋肉質の企業に変貌を遂げております。東日本大震災を経験し、さらなる向上に努め、今後も高い目標へとチャレンジし続けてまいります。

取引先の皆様へ
クラリオンは、グループ一丸となって、環境対応車やネットワーク化への対応といった新たな領域に足を踏み出しております。市場環境の変化、グローバリゼーション、テクノロジーの進歩など、私たちを取り巻く状況が加速度的に変化するなか、いち早く動ける体制を構築し日々行動しております。クラリオンは今後も考え、迅速に行動してまいります。そして、ブランドスローガンであるClarion H.M.I.(Clarion Human Mobile Music Media Interface)をもとに、さらなる音と人間のより良きつながりを追求してまいります。
これらを約束し、ステークホルダーの皆様にご満足いただくためには、従業員意識の統一が欠かせません。皆様の目に映る「Clarion」ブランドが、追い求めるビジョンと重なり合うよう、クラリオンはグループ内におけるインターナルブランディングにも力を注いでまいります。

■ クラリオン企業理念

基本理念

クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、価値ある商品を生みだすことにより、豊かな社会づくりに寄与します。

経営姿勢

- 優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくる。
- 独自の発想と技術により、新たな価値を創造する。
- 個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る。
- 人と社会と自然の調和を図り環境維持につとめる。
- 地域社会の発展のために、企業市民としての責任を全うする。
- 適正な利潤の確保により、継続的な成長を果たす。

行動指針

私たちは、
- 常に勇気を持って自らを革新し、高い目標に“挑戦”します。
- 常に新しい価値を生みだす夢と感動を“創造”します。
- 常に人々の信頼に応えるために、“誠意”を尽くします。

Clarion H.M.I.（ブランドスローガン）
「Clarion Human Mobile Music Media Interface」
音と情報を移動空間に結びつけることで、もっと楽しく、快適な空間に進化させていく。クラリオンは、そのインターフェースとなることをめざします。

"Move Forward Unique Exciting" (ブランド行動指針)
一歩進んだユニークな着想と機をとらえた行動力で、ワクワクするカーライフを提案する。

■ 企業ビジョン

移動空間における音と情報通信のつながりを独自の発想と先進技術で、新たな領域まで進化させます。
そして世界中のお客様へ安心・安全・快適・感動を提供していきます。私たちは業界の先端を走り続け、市場ニーズを的確に捉え将来にわたる成長をめざします。

会社概況 COMPANY PROFILE

「クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、
価値ある商品を生み出すことにより、豊かな社会作りに寄与します。」
（『基本理念』より）

C O N T E N T S

Clarion 概要

会社概要（2011年3月31日現在）

商　号	クラリオン株式会社 Clarion Co., Ltd.
本社・技術センター	〒330-0081 埼玉県さいたま市中央区新都心 7-2 電話 048（601）3700
本社事務所	〒330-6030 埼玉県さいたま市中央区新都心 11-2 電話 048（601）3700
設立年月日	1940年12月18日
資 本 金	26,100百万円
発行済株式総数	282,744 千株
売 上 高	連結 178,318 百万円（2011年3月期） 単独 136,854 百万円（2011年3月期）
従業員数	連結 8,842 名 単独 1,486 名（※出向者は除く）
主要製品	カーナビゲーション、カーオーディオ、車載用カメラ、映像機器、バス機器、通信機器

役　員（2011年6月24日現在）

取締役社長	泉 龍彦
常務取締役	吉峰 徹郎
常務取締役	金子 徹
取締役	笠井 成志
取締役	川本 英利
取締役	河元 哲史
取締役	本田 恭彦
取締役	篠崎 雅継
常勤監査役	滝沢 克俊
監査役	藤村 一路
監査役	笹井 保大
監査役	山ノ川 孝二

＊取締役 本田恭彦および篠崎雅継の各氏は、社外取締役であります。
＊監査役 笹井保大および山ノ川孝二の各氏は、社外監査役であります。

主要取引金融機関

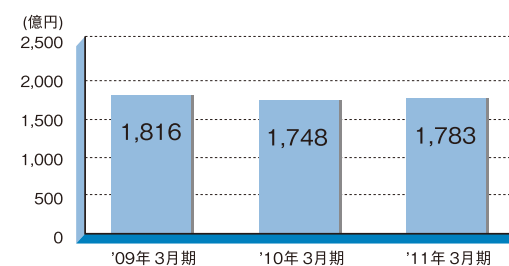
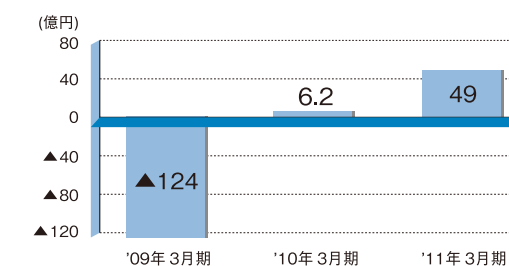
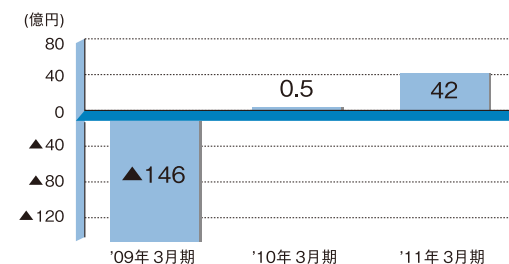
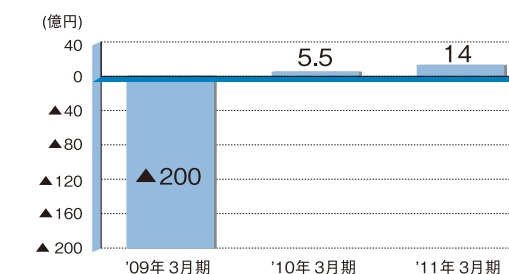
りそな銀行
みずほコーポレート銀行
三井住友銀行
三菱東京UFJ銀行

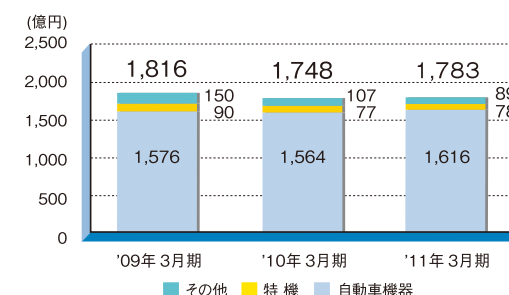
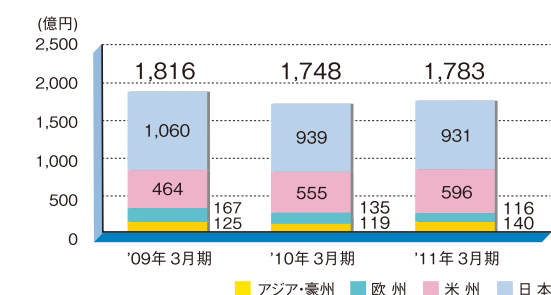
加盟団体

日本自動車車体工業会

財務ハイライト

財務ハイライト（連結）

■ 連結売上高

■ 連結営業利益

■ 連結経常利益

■ 連結当期純利益

売上高内訳（連結）

■ 商品事業別

■ 地域別

世界中のニーズを網羅するクラリオンのグローバルネットワーク

クラリオンでは商品ドメインである車載情報通信機器を中心に、世界のマーケットをカバーする高度なグローバルネットワークを展開、さまざまな国や地域のニーズを的確に反映した高品質の製品・サービスにより、世界中のお客様と強固なリレーションシップを築いています。また、あらゆる地域において最新の商品・最高のサービスをタイムリーに提供するべく、常に顧客対応力や生産性の向上など現地体制の強化を推進しています。こうした継続的・積極的なグローバル戦略を背景に、「Clarion」ブランドはいまや世界のマーケットへ確実に浸透しています。

クラリオン本社・技術センター

主要拠点・関連会社
（2011年4月1日現在）

国　内
クラリオン株式会社 (CT)
クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社 (CSM)
クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社 (CMS)
クラリオンアソシエ株式会社

アジア／オセアニア エリア
Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd. (CHI)
Dongguan Dongkeng Clarion Electronics Factory (DDCE)
Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd. (DCOE)
Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd. (CXEE)
Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd. (CM)
Crystal Precision (Malaysia) Sdn., Bhd. (CPM)
Clarion Asia (Thailand) Co., Ltd. (CAT)
Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd. (CTC)
Clarion Australia Pty. Ltd. (CAP)

アメリカ エリア
Clarion Corporation of America (CCA)
Zandiant Technologies, Inc. (ZTI)
Clarion Canada Inc. (CCI)
Electronica Clarion, S.A. de C.V. (ELECLA)
Ultra Industrial S.A de C.V. (ULTRA)
Clarion do Brasil Ltda. (CBL)

ヨーロッパ エリア
Clarion Europe S.A.S. (CEF)
Clarion Europa G.m.b.H. (CED)
Clarion (G.B.) Ltd. (CGB)
Clarion Hungary Electronics Kft. (CHE)

Asia/Oceania Region　American Region　European Region

DCOE (Shanghai Office)　CXEE (生産)　CXEE (開発)　DDCE　CM/CPM　CAT　CAP　CCA　ELECLA　CCA (Michigan Office)　CCA (Kentucky Office)　CCI　CGB　CEF (Head Office)　CHE　CED

車載分野をリードする次世代プロダクト

クラリオンは、安心・安全や快適だけでなく、クルマに新たな感動と満足を生み出すClarion H.M.I.思想のもと、常に時代の一歩先を見据え、商品やサービスを提供しています。また、誰もがタイムリーに世界中の情報を得られるような時代に対応した、音楽や情報がシームレスにつながる車室内空間をめざしています。ユーザーの使いやすさを追求したカーナビゲーションをはじめ、iPodや携帯電話との連携などさまざまな音楽メディアに対応し、かつ音づくりにもこだわった音響機器や、映像技術を駆使して安全運転をサポートするカメラシステムを、いつもの生活環境のみならず、業務用としてもご使用頂けるよう、さまざまな形でお届けしています。また、世界全体を多様なマーケットと捉えており、各地域のニーズに合った商品をいち早くご提供するとともに、皆様の生活に「ワクワク」をお届けできるよう、今後も絶え間なく進歩し続けていきます。

車載情報通信機器

環境に対する世界的な意識の高まりを受け、省エネやCO_2削減をサポートする「エコ運転アドバイス」をはじめ「省エネルート探索」「オンライン交通情報探索」など、環境に配慮した多彩な機能を実現。また、高い利用シェアを誇る「Google マップ」やクラリオン地図情報サイト「チズルとススム」との連携により、カーナビゲーションの新時代を切り拓くインターネット連携機能を搭載しています。クラリオンは常に、市場トレンドにマッチしたユーザーニーズに応える商品開発や利便性を追求していきます。

車載音響機器

iPodや音楽再生機能付き携帯電話などのオーディオプレーヤーと音楽配信の普及により、ユーザーの音楽の楽しみ方が多様化した現在、好きな音楽を自由なスタイルで楽しめるシームレスなメディア連携で革新的な音楽環境を実現しました。また、印象的で高級感のある「ブラックデザイン」や、指をスライドさせ直感的に操作するフロントパネルの採用など、ユーザーの「…してみたくなる」を追求しています。そして、長年にわたる独自開発の音響技術による、音へのこだわりも忘れていません。

業務用車載機器

車載カメラを用いた車両安全確認システムで確かな実績を誇るクラリオン。最先端技術を採用し、過酷な環境下でも確かな性能を発揮します。カーナビゲーションとの連動による安全運転サポートだけでなく、「フラッシュメモリドライブレコーダー」と連動することによる事故の原因解析や安全運転指導など、クラリオンの車載カメラは様々な利用シーンで活躍しています。また、耐久性と拡張性を誇る業務用ナビゲーションシステムは、通信によるカスタマイズや機能拡張で様々な業務をサポートします。

2010年度
「J.D.パワー ナビゲーション・ユーセージ&サティスファクション・スタディ」で首位

2010年度
「2010 オートモーティブニュースPACEアワード」を受賞

2010年度
NX710/NX110が「グッドデザイン賞」を受賞

2010年度
RG-9451S-A/RG-9452S-Aが「グッドデザイン賞」を受賞

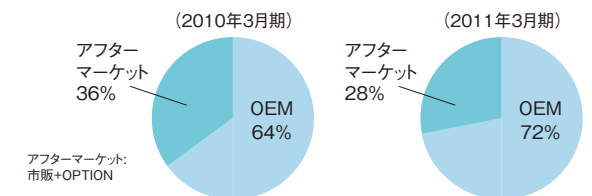
2010年度
ディスプレイセンターユニットが「グッドデザイン賞」を受賞

- iPod、iPhoneおよびiTunesは米国およびその他の国で登録されているApple Inc.の商標です。
- Google および Google マップはGoogle Inc.の登録商標です。

グローバル市場で高い実績を誇るOEMビジネス展開

卓越した技術力とフレキシビリティの高い生産体制で、クラリオンはグローバル市場から高い評価を得ており、純正機器を納入するOEM※では世界の主要自動車メーカーと長期にわたり確かな信頼関係を築いています。当社のOEM分野におけるビジネス展開は、1951年の日野ルノー向け純正ラジオ納入を皮切りに始まりました。現在では世界中へ多彩な車載機器を納入しており、当社のビジネスの大きな柱とも言えます。今後、先進国ではハイブリッド車や電気自動車等の普及に伴い、車載機器のさらなる進化が求められます。一方、急成長する新興国市場では各地域ニーズに合致した製品が求められます。目まぐるしく変わる車載機市場において、クラリオンは長年培ってきた車載適合技術と顧客ニーズを先取りする提案力により、OEMビジネスのグローバル規模でのさらなる拡大をめざしています。 ※OEM: Original Equipment Manufacturing（相手先ブランド生産）

■ 仕向け別売上比率

アフターマーケット: 市販+OPTION

OEM主要お取引先

カーナビゲーションとテレマティクスユニットで、電気自動車をサポート

2010年に日産自動車が日本・米国・欧州で発売した電気自動車（EV）"リーフ"の全車両に、当社のカーナビゲーションが標準搭載されています。これは、従来のナビ機能に加え、充電状態に応じた到達予想エリアの表示、充電促進案内、容易な充電スポット検索、電力消費状況表示といった、ドライバーが安心してEVに乗るための専用機能を多数装備した、世界初のEV専用ナビシステムです。また、テレマティクスを活用したエアコンの遠隔操作、車外からの充電状態確認、プローブ情報送信等の機能を実現するためにデータセンターと通信し信号を処理するテレマティクスユニットも、当社が開発し、供給しています※。

※テレマティクスユニットの供給は日本仕向のみ

電気自動車専用ナビゲーション

到達予想エリア表示　充電スポット検索

電力消費状況表示

タイマー充電

テレマティクスユニット

2010年度
ホンダから「優良感謝賞」を受賞

2010年度
ホンダメキシコから「サプライヤーズ パフォーマンス賞」を受賞

2010年度
スズキから「Best Partner賞」受賞

2010年度
日野自動車から「技術開発賞（協力賞）」を受賞

2010年度
上海GMから「2010 SGM エクセレント サービス サプライヤ」を受賞

人・クルマ・環境の未来のために、次代を支える技 術開発力

先進のテクノロジーで、人とクルマの新しい関係を築きたい。豊かなアイデアで、地球と環境の未来を描きたい。クラリオンは車載機器専業メーカーとして、独自の研究・開発力、柔軟な技術・設計力を駆使して、常にマーケットに新しい風を吹き込んできました。ネットワークへのつながりを深めていくクルマへの対応、地球温暖化や化石燃料の枯渇などに配慮したサスティナブルな社会の実現など、これからも、時代の一歩先を見つめながら、人、クルマ、地球に求められる確かな技術を提供し続けていきます。

つながる時代の到来

近年、ユーザーがクルマに持ち込む情報端末はめざましい進化を遂げています。その中でも、高度な機能を持つスマートフォンは、著しい勢いで普及し続けています。これにより、クルマの外とのタイムリーな情報交換が可能になってきました。そのため、車載機器は、スタンドアローン※型機器からインターネット連携対応機器へと変わりつつあります。また、クルマ自体も進化を遂げており、ハイブリッド車や電気自動車等の次世代自動車は今後ますます普及していくと見込まれ、電力消費状況など、クルマ自体の情報も車載機器が取り扱う必要が生じてきています。これらの変化により、車載機器が取り扱う情報は、従来に比べ格段に多くなります。多くの情報をより快適・安全に、よりシームレスにつなげるためには、車載特有のコントロールがこれまで以上に重要になり、クルマの外のインフラとの連携も重要になります。長年にわたって車載機器開発のノウハウを築いてきたクラリオンは、インフラに対し高い技術を持つ日立との強力な技術シナジーによって、車載機器に対するニーズの変化に迅速に対応し、より快適で安全な製品とサービスを提供しています。

※ スタンドアローン:ネットワークに接続せず、単独で動作すること

つながる時代の オンラインネットワーク検索

インターネットの普及により「誰もが」「いつでも」最新の情報を入手できるようになった今、情報端末に求められるのは、情報を「どこでも」受け取れる機能です。その「どこでも」を実現するために、クラリオンのカーナビゲーションは「つながる」ナビへと進化します。クラリオンではインターネット検索で世界的なシェアを誇るGoogleといち早く連携し、ネット経由での最新スポット情報検索を実現。Google マップが保有する膨大な店舗・施設のデータベースをカーナビゲーション上でも利用できるとともに、目的地検索や店舗情報のレビューについても、住所指定やキーワード検索などパソコンでの検索と同様の操作で行えるようになりました。例えば、連携機能のひとつ“Google マップ「ローカル検索」”では、カーナビゲーション画面からの操作で直接Google マップに登録されている施設情報を検索・表示が可能。また、パソコンで検索したGoogle マップの地点情報をSDメモリーカードや携帯電話経由でカーナビゲーションへ転送する“Google マップ「カーナビ連携」”を使えば、カーナビゲーションの目的地検索用データベースにはない最近できたお店や施設も手軽に探せます。さらに、こうしたGoogle マップ連携に加え、クラリオン独持の地図情報サイト「チズルとススム」ともオンラインにて連携することで、全国から寄せられた投稿スポットをカーナビゲーションから検索することも可能になりました。

オンラインネットワーク

Googleピンによるポイント表示

ナビの登録地リストに追加

写真やレビューなど施設情報の表示も可能

地球環境を考える エコドライブの実現

クラリオンは、地球にやさしい走りをアシストする技術・製品づくり「グリーン・ナビゲーション」コンセプトを推進し、より少ない燃料で走れるルートを予測走行パターンや地形情報などから探し出す「省エネルート探索」や、「エコ運転アドバイス」などの機能を開発しました。これらは排出CO_2の削減やガソリン代の節約にもつながる、地球とドライバーにやさしい機能です。今後はハイブリッド車や電気自動車の普及が見込まれます。こうした次世代のエコカーにも対応すべく、クラリオンではエコドライブの開発を継続していきます。

省エネルート探索

あらゆる条件を考慮して省エネルートを探索

- アクセルワークが頻繁になるような高低差があるか
- 渋滞していないか
- 目的地までの距離は短いか 等

例えば…
① 高速道路: 目的地まで早く着くが遠回り、かつ渋滞していて時間がかかる。
② 一般道・山道: 直線距離は短いが高低差があり、アクセルのオン/オフが頻繁。
③ 一般道: 少しだけ遠回りだが、平坦な道のためアクセルのオン/オフが少なく、渋滞もないので早く着く。

世界初 車載用フルデジタルスピーカーの開発

デジタル音源の持つ情報を余すことなく再生する、完全デジタルの全く新たなカーオーディオシステムを実現するため、車載用フルデジタルスピーカーの開発に取り組んでおります。この技術は、デジタル信号処理技術“Dnote” ※1とクラリオンが培ってきた車載音響技術を融合し開発したもので、CDなどのデジタル信号を直接スピーカーに入力し再生することで、音源のデジタル音質をそのままの高音質な状態で再生できます。また、駆動電圧を従来の半分以下、消費電力を約1/8※2に抑えるなど大幅な省電力を実現します。この技術により、省電力が求められるハイブリッド車、電気自動車、アイドリングストップ車等に最適な、高音質カーオーディオシステムの製品化をめざします。

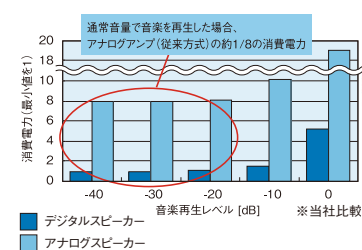
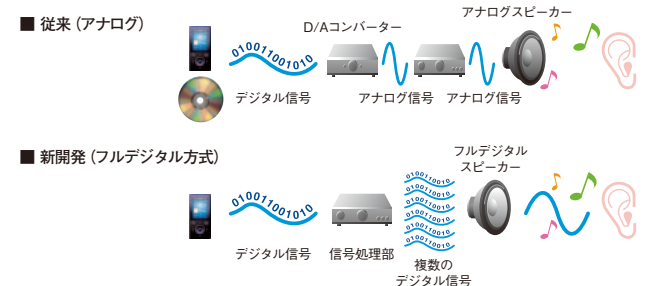
※1 Dnote:株式会社Trigence Semiconductorの登録商標で、デジタル・オーディオ信号を変調し、複数のスピーカーユニットまたはボイスコイルに直接入力することで、音声を再生させる技術です。

※2 消費電力を約1/8:当社比較

● 音楽再生時の消費電力比較

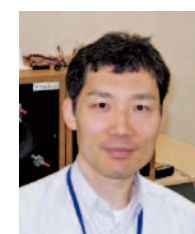
● 従来の方式との比較

■ 従来 (アナログ)

■ 新開発 (フルデジタル方式)

We are Clarion

AVコア開発部
高田　直樹

“クラリオンサウンド”の、次世代へ向けたステップアップに貢献

AVコア開発部音響・スピーカー開発Gは、音響技術の先行開発から車両の音づくり、スピーカーの開発まで音づくり全体を開発する役割を担っています。フルデジタルスピーカーの開発においては、デジタル信号による駆動方式に最適化した専用スピーカーの技術開発を担当しています。この技術が持つ潜在的な能力をどのように生かしきるか、プロジェクトメンバーと一丸になって考え、次世代の“クラリオンサウンド”を実現したいと思います。

AVコア開発部
黒本　晋一

他社に先駆け、いち早く製品化をめざす

AVコア開発部音響・スピーカー開発Gの一員として、デジタル音響処理技術の先行開発を担当しています。フルデジタルスピーカーの開発では、このシステム専用の車載カスタムICの開発をおこなっています。他には無い、クラリオンオリジナルの製品を世の中に送り出せるチャンスなので、やりがいを感じながら取り組んでいます。

Advanced Technology 卓越したテクノロジーが創造する、クルマ社会の新しいかたち

快適さを求めながらも安全を確保する、効率性を高めながらも環境へのやさしさを忘れない。クラリオンでは、より「快適・便利」に運転をサポートする、「安心・安全」なクルマ社会に貢献する、そして「環境・効率」のバランスをキーワードに掲げて、日々、技術開発に取り組んでいます。クルマを利用する方々のために、さらにクルマを取り巻く環境のために、ステーク・ホルダーすべてに喜ばれる、多方面へ配慮した高度な技術力は、私たちクラリオンが長年にわたり積み重ねてきたお客様との信頼の証です。

高度化するVision System (カメラ応用商品群)

クラリオンでは、安全かつ安心して暮らせるクルマ社会の実現に向け、画像処理・画像認識技術を応用して駐車や走行を助けるVision Systemの開発に取り組んでいます。車両の周辺情報を表示する全周囲俯瞰映像(OVM；Overhead View Monitor)、カメラを使って接近する歩行者や車両を検知するセンシング機能開発がその中心です。さらに、Vision Systemの根幹となるカメラの商品力強化にも力を注いでいます。超広角レンズによる視野の拡大、夜間や強い逆光のある厳しい光(ひかり)環境で自然な映像を提供するロジック開発や、受光素子の応用によって、正確でより多くの映像情報をVision Systemへ送り、その信頼性を向上させていきます。

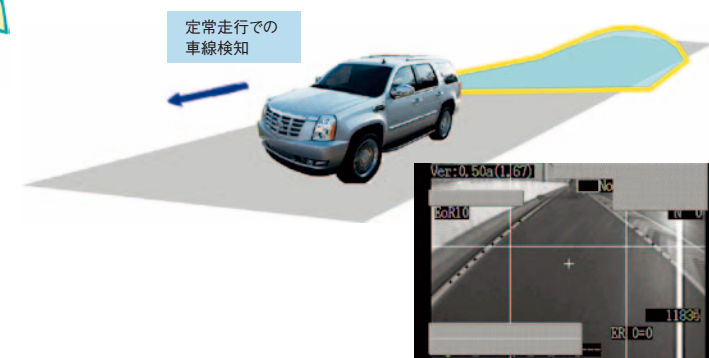
● 全周囲俯瞰映像(OVM；Overhead View Monitor)

半透過映像表示例
(左側のドアを半透過表示)

全周囲俯瞰映像表示例
(全周囲映像とリアカメラ映像)

● リアカメラの画像認識機能を使った車両／歩行者検知

超広角レンズを使った
接近歩行者検知

● リアカメラの画像認識機能を使った車線検知

We are Clarion

カメラシステム開発部
秦野　素温

カメラシステム開発部で、OVMシステム※のプラットフォーム開発を担当しています。画像処理技術に画像認識技術をプラスし、運転支援機能を充実させた、高級車向けの仕様になっています。開発当初は、画像処理専用のIC開発と原理試作を同時に行い、無事に完了させることが大変でした。また、次の世代でも使えるよう、冗長設計をしているため、性能と品質を確保することが大変でした。顧客スペックを満足させるための技術検討を何度も重ね、品質確認のOK判定が出た瞬間が、開発に携わった嬉しさと達成感を感じる時です。

※ OVMシステム: Overhead View Monitor System
(全周囲俯瞰映像システム)

カメラシステム開発部
入江　耕太

カメラシステム開発部では、車載カメラに関連する先行的な技術開発から、量産設計までを行っています。私が担当する業務は、自車に接近してくる歩行者や車などを認識して警報するといった、安全運転支援のための画像認識ソフトの開発です。様々な走行環境で発生する課題を一つひとつクリアしていくことは大変ですが、自分が携わったモノが製品化され、雑誌記事やカタログに載ったときは、大きな達成感と喜びを感じます。

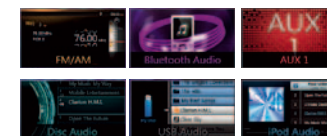
「…してみたくなる」をデザインするH.M.I.開発

「さわってみたい」「使ってみたい」など、人びとが感じる「…してみたくなる」という気持ちが私たちのH.M.I.開発の原点にあります。クラリオンでは、人間中心設計に基づくユーザー視点でのものづくりを推進し、IAUD(国際ユニヴァーサルデザイン協議会)への参画や、日立製作所デザイン本部や大学と共同でユーザビリティテスト等を実施し、車載という特殊な使用環境において「多機能」と「使いやすさ」の両立を追求しています。これらの概念や活動の結果が、グッドデザイン賞受賞や日本人間工学会のグッドプラクティス事例認定、J.D.パワー使用実態・満足度調査最上位といった数々の評価につながっています。

● 直感的な操作

AVナビゲーション NX501 フリック操作のイメージ

昨今のスマートフォンで取り入れられている「フリック」や「ドラッグ&ドロップ」等といった作法を取り入れ、直感的な操作を実現しています。

● 新開発メニュー

AVナビゲーション NX501

メインメニューに配置された1つひとつのボタンがアニメーション化され、製品の魅力を視覚的に演出しています。

● カラーユニバーサルデザイン

2009年度モデルで開発した、カラーユニバーサルデザインは、人間工学会グッドプラクティス事例に認定されました。2010年度モデルでもその考えを踏襲したスクリーンデザインを採用しています。

2009年度モデル(NX609/309)

2010年度モデル(NX710/110)

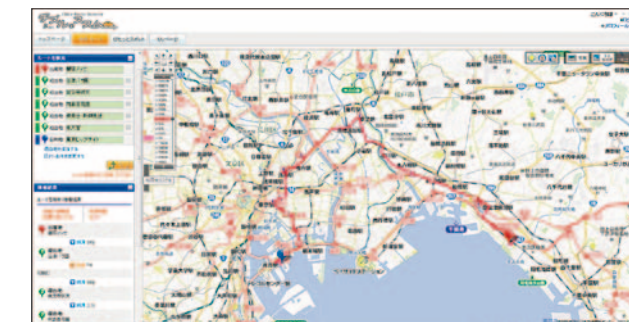
● IAUDへの参加活動

IAUD(国際ユニヴァーサルデザイン協議会)の正会員企業として、ユニバーサルデザインの普及のための活動をしています。活動で得た知識や経験を製品に反映できるよう取り組んでいます。(クラリオンは移動空間プロジェクトに所属)

2010年11月
国際会議in浜松での展示風景

もっと楽しく！もっと便利に!! 地図情報サイト「チズルとススム」

「チズルとススム」は、「ドライブをもっとわくわくさせる地図コミュニティサイト」をコンセプトに、インターネットとカーナビゲーションをリンクさせシームレスな情報の共有化を図ることをめざしています。サイトで登録したお気に入りのスポットやドライブプランをカーナビゲーションに転送できるので、自宅で楽しみながらドライブ計画をつくれます。今後もカーナビゲーションとの機能連携強化、サイトのH.M.I.向上などにより、さらに価値あるサービスを提供していきます。

チズルとススム βver. Chizu-Route-Susumu

「©2010 ZENRIN CO., LTD.(Z10MA第008号)」

カーナビ連携の主な機能

- お気に入りスポット/コース転送
- Google マップ連携
  (ローカル検索およびカーナビ連携機能)
- エコ運転サポート

サイトの主な機能

- ルートシミュレーション
- スポット検索
- 観光動画閲覧
- スポット投稿

「チズルとススム」は、ここからご覧いただけます。
http://chizu-route-susumu.jp/

Quality Control

変わりゆく時代に揺るぎない信頼を築く、妥協なき品質の追求

3次元CADシステム

音場解析実験

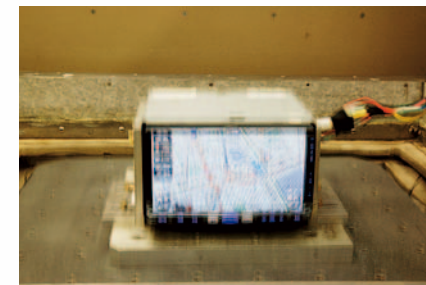
カーシールド室

車載機器は、熱帯から極寒地、砂漠地域から湿度100%の多雨地域など、世界のさまざまな気候や常に変化する電波環境において安定した性能を発揮しなければなりません。また、ここ数年、自動車業界の世界的な再編によって、品質・コストの面でも市場からさらに厳しい要求を迫られています。クラリオンでは、自社市販製品はもちろん、OEM市場においても、常に世界中のお客様のベストパートナーとして確かな品質を提供し続けるために、厳しい品質評価体制づくりに取り組み続けています。CADシステムによる精密なシミュレーション設計、試作評価、設計審査、試作品の品質試験など、「Clarion」ブランドの基準を満たすレベルに達するまで、今日も想像を超える過酷なテストと妥協なき品質評価が繰り返され、商品はお客様の手元へと届けられるのです。

世界市場で認められる、新たな品質管理体制の確立

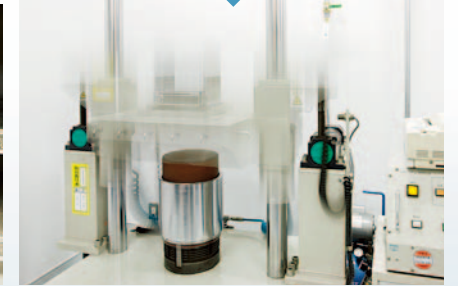
クラリオンでは、製品の動作確認用の検査機器のプログラミングをはじめ、凝縮した回路や小型化した部品の実装状態を調べるため、高精細カメラやX線機器を積極的に導入。生産ラインでは、国内から海外まで統一されたチェックオペレーションが採用され、世界のどのクラリオン工場でも同様の品質が保たれる体制が整備されています。また、世界の市場に対応するため、ISO9001を母体とした自動車業界固有の品質システムである国際規格ISO/TS16949を、すべてのクラリオン工場が認証取得しています。

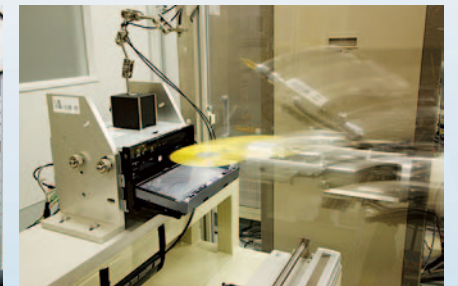
そのほか、取引先から自社までの一貫した品質管理体制や、グローバルに対応するサプライチェーンの整備など、「お客様満足と信頼の確保」をめざして品質保証体制の向上を図っています。

塵埃試験機

複合試験機（温度＋振動）

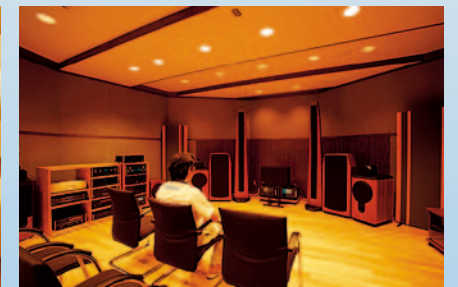
落下衝撃試験機

防水試験機

サーマルショック試験機

シールドルーム

温湿度試験機

自動繰り返し耐久試験機

電波暗室

ラトルノイズ評価装置

試聴室

Topics

生産体制紹介「タイ新工場の建設」

クラリオンはワールドワイドな受注体制を整えるため、ASEAN地域の体制再編を行っております。タイに新工場を建設し、部品調達から生産、納入までをタイムリーかつスムーズにおこなうようにすることで、世界中のお客様へ商品をお届けするための供給機能を強化します。

タイ工場では、自動車メーカー向けのカーオーディオ・カーナビゲーション・カメラの生産、販売を目的として2012年4月本格量産開始予定（初年度約56万台）、2016年には200万台／年規模の生産体制をめざします。

完成イメージ図

開発体制紹介「中国における開発機能の強化― 生産拠点から、グローバル開発拠点へ」

クラリオンは、新興国市場の成長を見据え、グローバル体制の強化と再編を進めています。新興国の中でも特に成長著しい中国市場での事業拡大と、グローバルで戦えるコスト競争力確保のため、開発や購買などの機能を順次中国へ移管しています。

現在、中国の生産拠点は、当社全生産量の約50%生産しており、生産機能の中核を担っていますが、今後は福建省廈門市にある開発拠点を大幅に強化し、開発コストの削減と、地域ニーズに合致した開発を実現する、グローバル開発センターを新たに構築します。

福建省廈門市にある開発センター

車載分野のフロントランナーから新時代の挑戦者 へ、次の未来を描き続ける

クラリオンは自動車産業の歴史とともに歩んできたといっても過言ではありません。日本初のカーラジオ、そして、日本初のカーステレオの発売など、車載機器の黎明期から業界のフロントランナーとして常に時代をリードし続けてきました。その企業スタンスは、ドライバーのニーズをしっかりと受け止めて確かな技術で応えること、さらに、豊かな創造力で常にユニークな製品を提案すること。カーラジオからカーAV、そしてカーナビゲーションへと時代が変わっても、これまで生み出してきた知的財産と企業理念を融合させ、クルマを中心とした移動空間すべてにおいて「音と情報と人のインターフェース」をめざして、「Clarion H.M.I.」を追求してまいります。

沿革

1940

1940年 12月／東京都文京区白山前町21番地に白山無線電機株式会社を設立、電池式家庭用ラジオの製造を開始。資本金 18万円

1943年 11月／瀧澤無線電機工業 (株)を合併、帝国電波(株)と改称。

1950

1951年 2月／日本初のカーラジオを開発し、 発売。

1958年 6月／カーラジオのアメリカ向け輸出に成功、今日のカーオーディオ輸出の基盤を築く。

1959年 5月／カーラジオが日産自動車より純正部品指定を受ける。

1960

1962年 8月／東京証券取引所市場第二部に株式上場。

1963年 10月／日本初のカーステレオを開発、翌年8月販売を開始。

1967年 9月／埼玉県戸田市に埼玉事業所を新設。

1968年 3月／日本初のカセットカーステレオを発売。

1969年 8月／大阪証券取引所市場第二部に株式上場。

1970

1970年 2月／東京証券取引所・大阪証券取引所市場第二部より第一部に上場指定替。

1970年 4月／東京都渋谷区道玄坂に本社事務所を設置。

1970年 12月／商号をクラリオン(株)に改称。

1970年 12月／マレーシアに合弁で初の海外工場(CM)設立。

1975年 6月／クラリオンガールをスタートさせる。 アグネス・ラムが初代グランプリに。

1976年 8月／業務用カラオケ「カラオケ 8」及びカセット編集デッキ「ダビング X」を発売。

1978年 10月／福島県郡山市に東北事業所を設置。

1980

1980年 11月／東京都渋谷区渋谷に本社事務所を移転。

1983年 7月／フランス工場(CEF)設立。

1983年 11月／群馬県邑楽郡に群馬事業所設立。／メキシコに生産会社 (ELECLA)を設立。

1987年 7月／カー CD CD5000発売。

1989年 10月／フィリピンに生産会社(CMCP)を設立。

1990

1992年 2月／日本初の音声誘導式ナビゲーションシステム NAC-200発売。

1993年 4月／ SS無線モデム技術基準適合証明を国内ではじめて取得。同時にモデムの発売。

1995年 1月／香港管理会社(CHI)設立。

1995年 3月／クラリオン全事業所でISO9001取得。

1995年 4月／中国に生産会社(DCOE)設立。

1996年 5月／ VICS対応カーナビ発売。

1997年 4月／浜松営業所設立。

1997年 10月／ハンガリーに生産会社 (CHE)を設立。

1998年 1月／米マイクロソフト社と車載用パソコン「Clarion AutoPC」を共同開発。

1998年 12月／世界ではじめて「Clarion AutoPC」を、アメリカにて販売開始。

1999年 8月／ ETC(自動料金収受システム)を日立製作所と共同開発。

1999年 12月／仏シトロエンに「AutoPC」をOEM供給開始。

2000

2000年 3月／クラリオン販売 (株)設立。

2000年 4月／ ISO14001国内5事業所にて取得。

2000年 12月／日立製作所、クラリオン、ザナヴィ・インフォマティクスの3社で合弁会社の(株)HCX社を設立。

2001

2001年 5月／東京都文京区白山に本社事務所を移転。

2001年 8月／クラリオンスカラーシップ MEDAMAをスタートさせる。

2001年 10月／有料道路自動料金収受システム(ETC)用の車載器を発売。

2001年 11月／東京モーターショーにAutoPC CADIAS(カディアス)を出展。

2002

2002年 3月／北米向け衛星ラジオ受信機を発売。

2002年 9月／埼玉県戸田市に本社事務所を移転。

2002年 10月／クラリオン東北製造にクラリオン自機生産部、クラリオンロジスティクスを統合し、社名をクラリオン・エム・アンド・エル(株)に変更。

2002年 12月／日本初の車載コンピュータ「AutoPC CADIAS」発売。

2003

2003年 2月／世界初、後方確認用俯瞰カメラシステム(真上から見た映像を表示)を日産自動車向けに納入。

2003年 6月／ HDD(ハードディスクドライブ)搭載 AVナビゲーションシステムを発売。

2003年 8月／中国・上海GM社へCDカーオーディオを納入開始。

2003年 10月／日産情報サービス「カーウイングス」に対応した、HDD搭載 AVナビゲーションを発売。

2004

2004年 2月／業務用車両用として世界初のLinuxとJava™ J2ME CDCを搭載した車載用情報端末を発売。

2004年 6月／市販 2DINサイズとして業界初となる 7型モニターおよびHDD搭載AVナビゲーションを発売。

2004年 7月／業界初、路線バス向け停留所名表示器用FM文字多重放送チューナーを発売。

2005

2005年 1月／業界初、モニター画面上の仮想 iPodで、iPod本体操作可能なAVセンターユニットを北米で発売。

2005年 3月／ポルシェ・ジャパン全車種へ AVナビゲーションを展開。

2005年 5月／業界初、国内向けにiPod対応 AV一体型 HDDナビゲーションを発売。

2006

2006年 6月／中国、北米の市販市場にカーナビゲーションを初投入。

2006年 7月／全国の観光地を動画で紹介する国内最大規模の旅・ドライブ情報サイト「Movieum」オープン。

2006年 12月／(株)日立製作所が親会社となる。

2007

2007年 1月／(株)ザナヴィ・インフォマティクスを100%子会社とする。

2007年 1月／トヨタ車にカーオーディオを初めて納入(ダイハツ受注生産)。

2007年 4月／バスロケASPサービスを開始。

2007年 4月／クラリオン・エム・アンド・エル(株)からクラリオン(株)の生産管理 /生産技術の機能移管を受け、社名をクラリオン製造プロテック(株)に変更。

2007年 7月／業務用車両向けカーナビゲーション「Solid Navi」(CQ-8000)を開発し、販売を開始。

2007年 8月／本社事務所をさいたま新都心へ移転し、名称を「本社事務所・技術センター」に変更。

2007年 12月／ DVDワイド 7型AVセンターユニット「VRX935VD」と6ディスクDVDチェンジャー「VCZ625」(米国モデル)がNASA、国際宇宙ステーション(ISS:International Space Station)に採用される。

2008

2008年 6月／ハイクラスHDDナビ「CRASVIA」シリーズ、メモリータイプSDDナビ「Smoonavi」シリーズを発売。

2008年 11月／携帯通信端末 Clarion MiNDを北米で発売。

2009

2009年 4月／ 100%子会社の(株)ザナヴィ・インフォマティクスを吸収合併。

2009年 4月／クラリオン販売 (株)をクラリオンセールスアンドマーケティング (株)に社名変更。

2009年 7月／三菱自動車の電気自動車(i-MiEV)にSDDナビを初めて納入。

2009年 10月／ 2009年モデル 5商品がグッドデザイン賞を受賞。

2010

2010年 1月／インド、タタ・モーターズ「ナノ」にカーオーディオを納入。

2010年 4月／クラリオン製造プロテック (株)とクラリオンサービス (株)を統合し、社名をクラリオンマニュファクチャリングアンドサービス (株)に変更。

2010年 5月／エコ運転アドバイス、省エネルート探索などの新機能を搭載したカーナビ「Smoonavi」シリーズ 2010年モデルを発売。

2010年 10月／登記上の本店所在地をさいたま新都心へ移転し、名称を「本社・技術センター」に変更。

2011

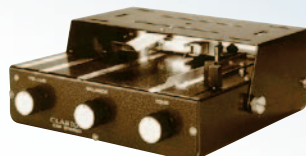
2011年 3月／世界初の車載用フルデジタルスピーカーを開発。

2011年 4月／白山分室・座間事業所をさいたま新都心へ集約。新たに「本社事務所」を開設。

1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000 2010

1940's－1960's

1948 日本初
カーラジオ・バス用
拡声装置を開発、発売

1951 日本初
クラリオン初の純正ラジオ
日野ルノー「ル・パリジャン」発売

1963 日本初
カーステレオを開発、翌年発売

1968 日本初
カセットカーステレオ発売

1970's－1990's

1976
カセット編集デッキ
「ダビングX」発売

1981
カーステレオ
「City Connection」発売

1992 日本初
音声誘導式ナビゲーションシステム
(マップナレーションシステム)
「NAC-200」発売

1993 日本初
ハイブリッドナビゲーション
システム「NAX-700」発売

1995 市販初
2DIN CD/カセット
一体機「ADX8155」発売

1996
1DINタイプ CD/DSPコントロール、
TV/AM/FMチューナー付5型
LCDアンプ「VRX8250」発売

1996
高性能・高音質CDセンターユニット
「DRX9255」発売

1998 世界初
米マイクロソフト社と車載コンピュータ
「AutoPC」を共同開発
世界で初めて「Clarion AutoPC™」を米国で発売

2000's－2010's

2002 日本初
車載PC「AutoPC CADIAS™」発売
OSにWindows CE for Automotive採用
通信方式ナビ「Access Navi」採用

2004 世界初
業務用車両用として世界初のLinuxと
Java™ J2ME CDCを搭載した
車載用情報端末を発売

2005 業界初
iPodフルコントロール機能搭載
1DIN AVセンター ユニット
「VRX755VD」発売

2007 世界初
業務用SDDナビゲーション
「Solid Navi」発売

2008
地上デジタルTVチューナー・Bluetooth®内蔵
ワイド7型 VGA 2DIN /DVD/
HDD AV-Naviシステム
「CRASVIA (NX808)」発売

2008
携帯通信端末「Clarion MiND™」
を北米で発売

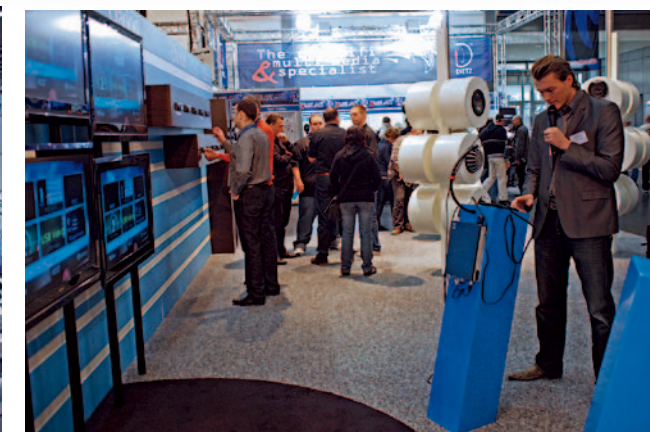
2011
ワイド6.2型 VGA 2DIN ワンセグ DVD/SD
AVライトナビゲーション
「SD AVライトナビゲーション(NX501)」発売

Communication　戦略的でグローバルなコミュニケーション活動が、人と 企業と社会を結ぶ

いくつもの国や地域、さまざまな文化やマーケットトレンド…。クラリオンの活動領域がグローバル化するに従って、お客様とのコミュニケーションの重要性はますます高まっています。企業姿勢の周知、ブランドの認知、製品情報の提供や新技術のPR、広告・宣伝などのプロモーション活動、ポータルサイトの拡充など、クラリオンでは世界各国のステークホルダーに向けて多岐にわたる活動を展開。「Clarion」ブランドをコアにしたグローバル戦略、地域性を重視したローカライズ戦略をバランスよく融合し、社会との良好な関係を築くためのコミュニケーション活動を積極的に進めています。

2011年
「2011 International CES（コンシューマーエレクトロニクスショー）」に出展
（アメリカ）

2011年
「My Special Car Show」に出展
（イタリア）

2010年
「CRM event」に出展
（マレーシア）

2011年
「AMICOM 2011」に出展
（ドイツ）

2011年
「全国バス事業者大会」に出展
（東京）

2010年
「創立40周年チャリティランチ」を開催
（マレーシア）

2011年
「Peugeot Tech Show」に出展
（フランス）

2010年
「Tech Show
（技術展示会）」を開催
（本社・技術センター）

We are Clarion

ブランドの誇りと情熱を胸に、世界中で活躍するクラリオンスタッフ

優れた企業とは、高い志をともにする人材の集合によって成り立つもの。豊富なグローバルネットワークを展開するクラリオンでは、世界各国に「Clarion」ブランドを代表する顔として活躍する社員たちがいます。誰もが自らの仕事に誇りと責任を持ち、世界各国のお客様とよりよい関係を築くために日々努力しています。その一人ひとりの存在こそがクラリオンの価値をさらに高め、未来へ飛躍するための確かな礎となっています。

ノーラ ジャーファーです。クラリオンマレーシアには1990年に入社しました。過去10年間、色々な仕事を経験しましたが、その後、輸出営業部門で働く機会を与えられました。難しい分野ですが、これからも仕事を通じて会社の成長に貢献していきたいと思っています。

クラリオンマレーシア
ノーラ　ジャーファー

ニッキ エパートと申します。2000年9月からCCAの営業管理として働いています。私の業務は供給と物流の管理です。フォードオーディオ売上管理担当と、フォード向けオーディオの生産投入、デリバリー担当をしています。

クラリオンアメリカ
ニッキ　エパート

私は米国内での製品納品前の品質検査や、生産ライン上での検品、保証期間内に返品された製品の欠陥、欠陥発生原因解析の業務を担っています。また、お客様の要求事項、ご意見を伺うカーディーラー訪問活動にも取り組んでいます。

クラリオンアメリカ
ルーク　高橋

こんにちは! クラリオン中国(ドンガン)生産技術部の謝迎松です。DCOEへ入社し既に10年が経過しました。生産技術では生産性を高め、品質・コスト・納期を日々追求しなければなりません。クラリオングループで一番の生産量を誇る中国工場での生産技術業務は毎日が困難の連続です。また、クラリオンの製品が世界に知られると共に自分自身の能力と目標も高く要求されて来ました。日本人駐在員の熱心な教えを肝に銘じてクラリオンを世界No.1にするようめざして努力していきます。皆さん一緒に頑張りましょう!

クラリオン中国(ドンガン)
謝　迎松

セバスチャン メイヤーです。2005年に入社しました。現在OEM商品企画マネージャーとしてCEFに勤めています。次のビジネスに繋がるように、CTと欧州のカーナビゲーション、カーラジオ等のロードマップを作っています。

クラリオンフランス
セバスチャン　メイヤー

現在、大手量販店の本部営業を担当していますが、当社は量販店舗以外にも、カーディーラー・特機向けの営業や、最近はレンタカーやリース向け企業への営業にも力をいれており、まさに国内市販は任せろ!のグループ企業です。入社21年になりますが「個人プレーよりチームプレー」そんな価値観を植え付けてくれるこのグループは最高の職場です。今後もチームに迷惑をかけないように個人のレベルをあげ、職務に邁進したいと思います。

クラリオンセールスアンド
マーケティング
中桐　宏

私は蘇燕寧と申します。今年入社12年目、現在は生産管理部で主に受注出荷管理を担当しています。顧客要求満足、輸出経費削減達成、また、英語・日本語のレベルアップに日々努力しています。出荷ロスとミスを発生させていない事を誇りに感じています。また、お客様と調整の結果、出荷費用が削減できたときは嬉しいです。これからもクラリオンの発展が続くことを願っています。アモイは天気が良く風景も美しく人がとても親切で人気がある所です。アモイの「鼓浪屿餡餅」も美味しいですよ。一度来てみてください。

クラリオン中国(アモイ)
蘇　燕寧

私は欧州内の顧客との受注調整とデリバリー調整窓口として働いています。(お客様からの確定オーダーや内示数量、在庫の管理や倉庫から製品を出荷する指示もしています。)また市販製品に関して顧客と話し合い、クラリオン日本やクラリオンハンガリーより製品の調達や在庫管理の責任も担っています。

クラリオンフランス
レミ　マッフィー

私は4年半ほど前、ナビ担当のアカウントマネージャーとして入社しました。現在大手自動車メーカー向けのナビゲーションとオーディオの責任者をしています。私のチームは見積り・発注、プログラムのマネジメントや自動車メーカーのディーラートレーニングへの支援など多岐にわたる仕事を扱っています。クラリオンチームの一員であること自体ワクワクすることですが、今後クラリオンが一層発展していく一助になれればと思っています。

クラリオンアメリカ
キャサリン　ウィンダース

クラリオンブラジルでロジスティックス・マネージャーをしているパオラ ジョリーです。責任範囲は販売管理・企画、輸出入、国内の購買、梱包・発送と多岐にわたります。もちろん全てのお客様の注文の調整、納期内の納品の保証も仕事の一部です。クラリオングループの中でも団結力、チャレンジ精神と能力を持ったブラジルチームの一員であることを大変誇らしく思っています。

クラリオンブラジル
パオラ　ジョリー

こんにちは。クラリオン香港の会計部のマギー レイと申します。私は、会計部門で主に入出金管理業務を行っています。クラリオン香港グループは、クラリオングループの中でも生産の中枢を担っており、年々取引額が増えています。その中で入出金管理はとても重要なポジションの為、日々細心の注意を払い業務を行っています。今後仕事を通じて皆様と交流出来る事を楽しみにしています。We are Clarion!

クラリオン香港
マギー　レイ

実験部で車両適合性の評価をしています。製品に不具合が出ないよう、正確かつ迅速な評価をめざしています。入社して2年たちました。まだ、わからないこともたくさんあります。早く一人前になれるよう、がんばります。

実験部
山岡　美香

クラリオン台湾に入社してから20年たちました。現在、営業担当は5人体制となっていますが、今後の課題としては、営業部の組織再編などにより営業効率を改善し、全体の業務能力を拡大し、市場データに基づく戦略的な商品企画/宣伝広告の立案をめざし、新規顧客の開拓や商品企画能力の向上など意識改革を推進したいと思います。

クラリオン台湾
盧　振呈

私はグローバル戦略部でマーケティング戦略の立案や市場調査に携わっています。社内外の多くの人と協働しながら、市場の将来について洞察しクラリオンの事業と商品が将来に渡って競争力を得られる様にすること、お客様のニーズを探求し商品のコンセプトをより魅力的にすること、訴求メッセージを改善しお客様にクラリオンの商品の良さをより深くご理解頂くことなどに取り組んでいます。難しい仕事ですが、競争優位の確立と更なるお客様満足の実現へむけて様々な活動を試みています。

グローバル戦略部
今西　規之

We are Clarion

ブランドの誇りと情熱を胸に、世界中で活躍するクラリオンスタッフ

私は輸出入の業務を担っています。AIR出荷、SEA出荷の輸送会社との連携、フランス国内の港、空港からの陸送のスケジューリングをしています。また、ITシステムを利用し、全ての通関手続き(輸入申告書の作成、保税倉庫手続き、輸出申告書作成)を行っています。必要な場合は保険を申請したりもします。

クラリオンフランス
ダニエル　エラール

私は自動車メーカーへのナビゲーション・オーディオ・カメラの新規提案・受注活動、既存ビジネスのフォロー等を行っています。数年後に市場に出るクルマづくりに携わる事ができるのはこの仕事の醍醐味でもあり、携わった製品を街で見かけた時は自然と嬉しくなります。

名古屋営業所
上野　健太朗

私は英国の新しい社屋にて、日産やランドローバービジネスを手助けしながら、欧州OEM営業チームの経理マネージャーとして働いています。私の業務は、ご想像の通り、社外のお客様と多く連携をとったり、フランス、ハンガリー、日本のクラリオンスタッフの協力を得て成り立っている業務です。

クラリオンイギリス
ニック　グラタン

こんにちは! クラリオンアモイ工場の施文煙です。今年で入社17年目になりますが、当初は旧CDF(YANION東莞工場)で製造業務に従事、1999年にアモイへ転勤することになりました。今、技術と製造を担当しています。高品質、低コストのカーオーディオを製造する為に、日々改善活動を行っております。毎日の仕事は忙しく大変ですが、楽しくやらせて頂いています。将来は競争力が有り、業界でNo.1のクラリオン製品をめざし引き続き頑張っていきます。

クラリオン中国(アモイ)
施　文煙

私は7年前よりクラリオンフランスのプロジェクトマネージャーを務めています。開発当初から生産開始までの全ての過程において、欧州のお客様とクラリオン日本チームとのインターフェイスを任されています。また、クラリオンの新プロジェクトとなりうる技術開発をお客様に紹介もします。日本チームとのコミュニケーションを向上させるよう日々努力することは、私にとって、お客様満足確保のための最良の方法であると考えています。

クラリオンフランス
エリック　オベパール

こんにちは! クラリオン中国(ドンガン)生産技術部の鈴木宏幸です。クラリオン中国(ドンガン)での生産量はクラリオン全体の半数以上を誇り製品種類も多岐に渡るため、毎日が目まぐるしく過ぎていきます。既に駐在期間も6年が過ぎましたが習慣など異なる為、まだまだ慣れず毎日が新しい発見の連続です。最近では、ローカルスタッフとの親睦を深める為にアフター5に近所の体育館でバドミントンを楽しんでいます。

クラリオン中国(ドンガン)
鈴木　宏幸

私たちの職場は大手自動車メーカー、クラリオンアメリカなど国内外向けのオーディオ、カーナビゲーション、カメラ、スピーカーなどの生産計画、供給業務を担当しています。職場は13名で構成され、平均年齢42歳。事務所の電話は1日150回を超え、毎日が活気に満ち溢れています。そのような中でも営業の販売機会損失を無くすため、①タイムリーに製品を供給する②日頃から人間関係を良くして、さまざまな調整業務をこなし、「生き馬の目を抜く」心境で頑張っています。

生産企画管理部 (郡山)
会田　稔

7年半、CCAにて日産・フォードオーディオのメカエンジニアを担当させて頂いた後、日産オーディオの経理マネージャーとしてCCA営業チームに異動しました。

クラリオンアメリカ
エリック　ケンドール

クラリオン中国(ドンガン)生産管理部出荷促進課の石立君と申します。2007年入社後、北米を除く、欧州・その他地域向けの出荷管理を担当してきました。営業の出荷指示に基づき、出荷手配を行い、関係書類を作成することが主な業務内容です。クラリオングループの最大工場として、船出荷拡大による航空運賃削減など利益を向上させることが我々の使命です。部長や課長のご指導の下、毎日責任感を持って、出荷促進および業務の改善に取り組んでいます。仕事を通じて、皆様と交流するのを楽しみにしています。

クラリオン中国(ドンガン)
石　立君

クラリオンヨーロッパ(フランス)のアフターマーケット営業として、北欧・東欧を中心に約20か国のマーケットを担当しています。少しでも多くのお客様にクラリオンの製品に触れて頂けるよう、様々な拡販活動に取り組み、売上を伸ばすことが私のミッションです。トルコ・スイス・東欧等の新規市場の開拓と北欧での拡販が現在の最重要タスクです。

クラリオンフランス
名取　大輔

こんにちは。セミOEM営業のセールス・マネージャーをしているミシェル ドゥーランです。プジョーUK、ボクスホール、スズキ、ヒュンダイ、そしていすゞを担当しています。また、スカニアやAGCOのようなトラックや農業機械メーカーとも取引を行っています。電気自動車分野のような新規ビジネスの開拓にも力を注いでおります。1996年からクラリオンで働いていますが、世界中の方と毎日楽しく業務を行っています。イギリスにお越しの際は是非お声掛け下さいね。

クラリオンイギリス
ミシェル　ドゥーラン

私は、1998年9月にシドニーに拠点を置くニュー・サウス・ウェールズのセールスマネージャーとしてクラリオンオーストラリアに入社し、2004年6月にOEMのポートフィット(港湾装着)担当のナショナル・セールスマネージャーに昇進してメルボルンの本社に移ってきました。私たちのチームは国内の取引先から高く評価されています。私たちのめざすものは取引先・一般のお客様に業界トップのサービスを提供し、それを維持することです。未来に向け情熱を持って「Clarion」ブランドを盛りあげていくつもりです。

クラリオンオーストラリア
ジョン　フラー

クラリオン中国(アモイ)設計企画管理部の楊春燕と申します。2008年に入社してから、OEM開発の進捗管理を担当しています。開発設定依頼書の受領から開発終了までの、各段階の進捗管理と業務調整が主な仕事です。アモイの皆様は毎日活気満々で仕事しています。私も個人レベルを上げて、会社の発展に寄与したいと思います。

クラリオン中国(アモイ)
楊　春燕

こんにちは! 私は頼美銀(Sophia)と申します。2008年2月にDCOE品質保証本部に入社して以来、フォード向けの仕事を担当しています。ゼロからスタートしてこの3年間、様々な経験をしてきましたが、CT及び、CCA、DCOEのFord PJの皆様から沢山のサポートをいただきながら業務に従事できたこと、本当に感謝しています。現在クラリオンは多くの海外顧客を獲得しています。(DCOEとしては新規商権の)フランスPSAもその一つで、今後も新たな事への挑戦・努力をし続けるつもりです。普段、私は週末、好んでスポーツをしています。特に山登りと水泳が好きです。もし、他に好きな方がいて中国に来る機会があれば、一緒にいかがですか。

クラリオン中国(ドンガン)
頼　美銀

札幌の拠点で入社後12年間市販営業に従事し、現在はCSM事業推進室にて主に国内市販の宣材関係を担当しています。当社は日本国内アフターマーケット商品の販売とマーケティングを行い、私たちチームの業務は販売企画・営業支援・供給管理・宣材依頼等と多岐に渡ります。北から南まで全国に営業拠点があり、仲間とのつながりも当社の大きな魅力です。クラリオンの情熱をもった仲間とともに、市場の声を未来の商品につなげる架け橋になりたいと思います。

クラリオンセールスアンドマーケティング
伊藤直樹

CSRレポート CSR REPORT

「優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくる。」
「独自の発想と技術により、新たな価値を創造する。」
「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る。」
「人と社会と自然の調和を図り環境維持につとめる。」
「地域社会の発展のために、企業市民としての責任を全うする。」
「適正な利潤の確保により、継続的な成長を果たす。」

(『経営姿勢』より)

CONTENTS

コーポレートガバナンス体制

クラリオンは、コーポレートガバナンスを重視し、その体制を整備しています。リスク管理体制や内部統制再整備への取り組み等を通じて、常に経営の透明性を確保するよう努めています。

コーポレートガバナンス体制

クラリオンは、取締役8名(うち社外取締役2名)、監査役4名(うち社外監査役2名)で構成される監査役会設置会社です。取締役会は、グループ全体の経営基本方針および経営の重要な意思決定と業務執行を指揮監督。各監査役は、客観的立場から取締役の職務執行を監視・検証し、定期的に代表取締役と意見交換を行うなど監査の実効性と効率性の向上を図ります。また、執行役員制度を導入し、監督と執行を分離。さらに、取締役会を補佐する経営会議は、取締役および執行役員等によって構成され、経営の方向性や方針を明確にします。

内部監査部門は、社内各部門およびグループ各社の内部監査を定期的に実施し、業務活動の効率性、適法性、社内規程の遵守等に関する検証を行い、監査結果を代表取締役へ報告するとともに、必要に応じて評価や改善指導を行います。

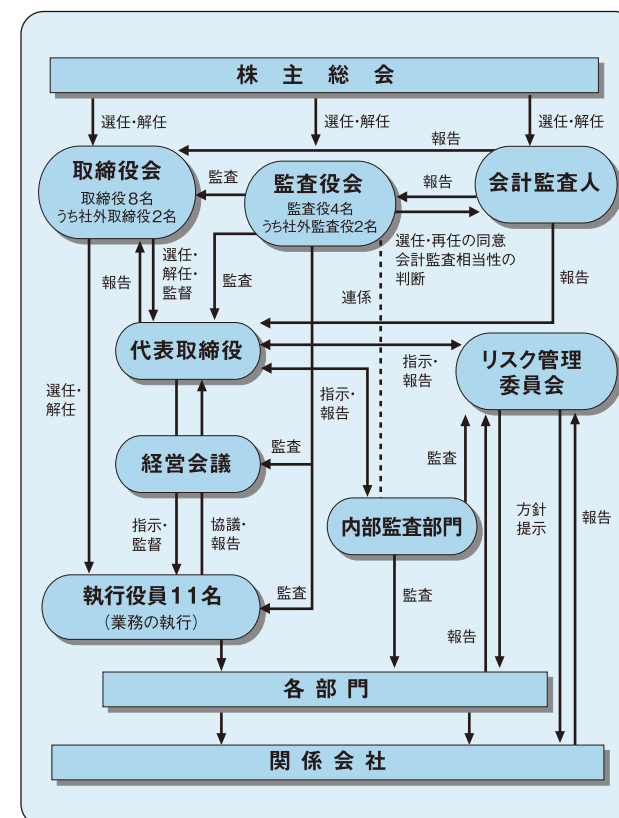
このようにクラリオンでは、経営の透明性・健全性を確保するガバナンス体制の充実を図っています。

内部統制再整備への取り組み

コーポレートガバナンスの重要性が注目されるなか、内部統制整備を進め、その機能の向上上に取り組んでいます。

2006年度には会社法施行に伴い、取締役会決議により「内部統制システム基本方針」を新たに制定し、これに基づき、毎年全社的統制に関する経営者評価を実施しています。2007年度からは日立グループの一員として、国内外のグループ会社を整備対象に米国の企業改革法(US-SOX法)に準拠した内部統制整備を進め、結果を日立製作所に報告しています。さらに、2008年度からは、クラリオングループとして金融商品取引法(J-SOX法)に基づいた内部統制の整備と評価を行い、内部統制報告書を金融庁に提出しています。

これまで各年度でクラリオングループとして内部統制上の欠陥はありません。評価段階で検出された不備事項は改善し、内部統制の品質向上につなげました。こうした取り組みを継続し、グループ全体の経営品質をさらに向上させていきます。

● ガバナンス体制図

● 内部統制の質的向上

CSR経営とコンプライアンス体制の確立

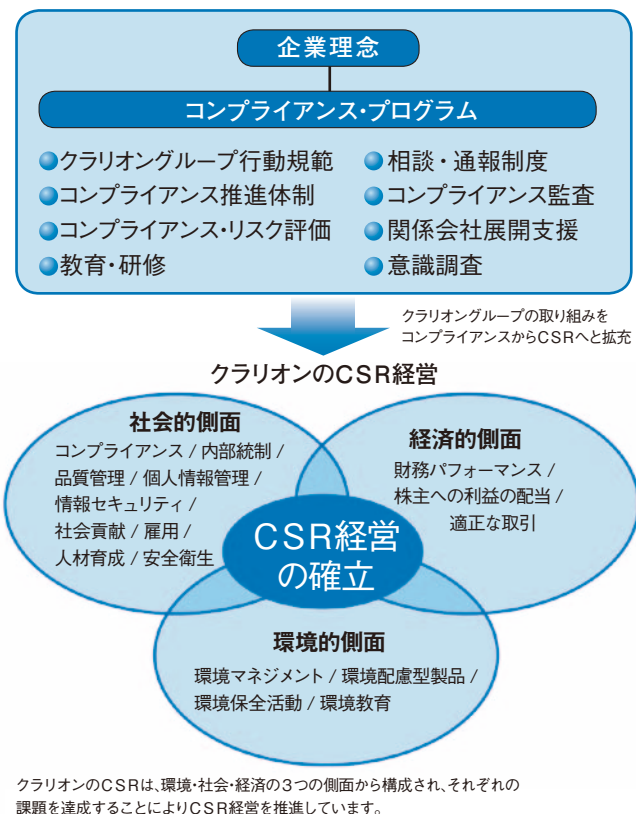
クラリオンは、2003年度から「企業理念を核としたコンプライアンス・プログラムを基本に企業倫理の確立を図る」という方針を掲げています。クラリオンは、コンプライアンス・プログラムを国内外のグループ全体に拡げるとともに、コンプライアンス体制を強化し、誠実で透明性のある企業をめざしています。

CSR 経営に向けた取り組み

クラリオンでは、社会の要請に応えるために、コンプライアンスの取り組みを始め、環境保全の取り組みや地域社会への貢献などグループ一体となった活動に努めてきました。そしてコンプライアンス活動については、特に際立った活動を進めている拠点の表彰や、グループ各社の活動状況の共有を図るなどの具体的な取り組みを進めてきました。その結果、2003年度から始めたコンプライアンスの取り組みは国内や海外の関係会社で定着し、社会の要請に応えるため法令やルールを守るという意識は、より高まっています。

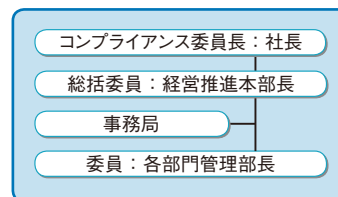
しかし、これからの時代の"価値ある企業"とは、利益を追求するばかりではなく、社会的責任をしっかりと果たし、ユーザーはもちろん社会全体から信頼され必要とされる企業です。そして自ら進むべき方向性を明確に社会に向けて発信していくこともその責任のひとつだと考えます。このような観点に立ち、これまでのコンプライアンスの取り組みに加え、企業の社会的責任(CSR)を果たすためにクラリオングループとしてのCSRの取り組みをより充実させていきます。

● クラリオンのコンプライアンス・プログラムの展開

クラリオンのCSRは、環境・社会・経済の3つの側面から構成され、それぞれの課題を達成することによりCSR経営を推進しています。

また、これまでも将来世代への支援や被災地への支援等さまざまな取り組みを通じて地域社会に貢献してまいりました。これらの活動をさらに進めるとともに、企業としてどのように社会に貢献し、また責任を果たしていくかを考え、より具体的な取り組みを推進していきます。そして、CSR経営の確立をめざしていきます。

コンプライアンス推進体制

2003年7月に社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置しました。

定期的に委員会を開催し、活動方針の確認や各部門のコンプライアンス活動報告を行うとともにコンプライアンス上の問題について意見交換を行い、情報共有を図っています。また、グループ会社とも定期的に連絡会議を開催しています。

クラリオングループ行動規範

2003年度の取り組み開始時に制定したコンプライアンス行動指針に代えて、2010年度末にクラリオングループ行動規範を制定しました。

クラリオングループ行動規範も、従前と同様にイントラネットで社員に周知するとともに、ホームページで広く社外にも公表しています。

クラリオングループ行動規範

- 第1章　誠実で公正な事業活動
- 第2章　環境の保全
- 第3章　社会との関係
- 第4章　人権の尊重
- 第5章　経営基盤
- 第6章　行動規範の遵守の仕組み
- 第7章　経営トップの責任
- 第8章　適用について

We are Clarion

CSR推進室
岩﨑 和美

コンプライアンス・リスク評価表に基づきPDCAのサイクルを着実に積み重ねた結果、コンプライアンスへの取り組みは意識面でも行動面でも定着していると思います。これからは「企業の社会的責任＝CSR」という観点でこれまでの活動を更に発展させることが、クラリオンのブランドイメージ向上に貢献すると考えています。皆さんとグッドコミュニケーションを維持しつつ、「地道に」活動を進めてまいります。皆さんのご支援とご協力をお願いします。

コンプライアンスの取り組み

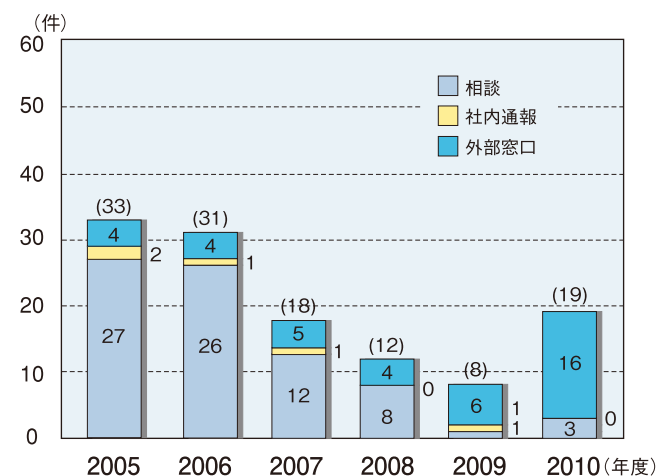
2003年度からスタートしたコンプライアンスの取り組みは、その導入期に行動指針の制定や推進体制の整備を行うとともに、国内外のグループ会社にも展開しました。また、準拠法令とコンプライアンス・リスクを整理したリスク評価表をベースに、各部門でPDCAサイクル※をまわし、リスクを低減する活動を重点的に進めています。さらに、継続的に意識啓発を行うために、毎年全管理職を対象に他社事例や新規・改正法令等を取り上げた研修会を開催しています。例年、部門との意見交換会やコンプライアンス意識調査およびコンプライアンス監査も行っています。これからもこのような取り組みを継続し、さらなるリスク低減とグローバルでの活動のレベルアップを図っています。

※ PDCAサイクル:計画を立て(Plan)、実行し(Do)、その評価(Check)に基づいて、改善を行う(Action)、という工程を継続的に繰り返す仕組み。

● コンプライアンスへの取り組み経緯

	導入期 2003年～	定着期 2004年～	充実期 2007年～
本社	●コンプライアンス行動指針策定 ●コンプライアンス委員会設置 ●コンプライアンス推進室設置 ●コンプライアンス・リスク評価表作成 ●部門ヒアリング開始 ●通報窓口設置 ●社内教育開始（管理職研修/新人研修）	●コンプライアンス・リスク対応計画によるPDCA管理開始（本部単位） ●コンプライアンス意識調査開始 ●コンプライアンス監査開始 ●通報窓口の拡充（外部サービス会社活用） ●e-ラーニング開始	●コンプライアンス基本規程制定 ●日立グループ活動への参画 ●コンプライアンス・リスク対応計画によるPDCA管理レベル見直し（部単位へ） ●コンプライアンス行動指針に代えてクラリオングループ行動規範を制定（2010年度末）
関係会社	●行動指針策定（国内）	●行動指針策定（海外） ●コンプライアンス・リスク対応計画の策定と実施	●関係会社連絡会開始（国内） ●海外関係会社巡回 ●海外関係会社ベストプラクティス表彰

コンプライアンス相談・通報窓口

2003年11月に「コンプライアンス相談・通報窓口」を開設しました。相談によるコンプライアンス違反の未然防止や、通報を肯定することによって、コンプライアンス違反の出来ない風土づくりを図るためです。匿名でも受け付けていますが、より相談・通報しやすい環境を整えるために、2004年11月に社外の受付窓口(電話、ファックス)を設けました。また、2006年4月の公益通報者保護法施行に伴い、運用方法や仕組みを「社内通報規程」として定め、周知しています。窓口開設時から2010年度までの総相談・通報件数は190件(月平均1.8件)ですが、グラフのとおり、通報よりはむしろ相談が多く、コミュニケーションツールとしても機能してきていると認識しています。

● 相談・通報状況

コンプライアンス・リスク評価表

コンプライアンス・プログラムの重点的取り組みとして、リスクの洗い出しを行っています。

各部門が実際の業務に関わる法令やコンプライアンス・リスクを抽出し、その発生危険度や影響度を分析したものを、対応・防止策を含め「コンプライアンス・リスク評価表」として管理しています。さらに毎年リスク低減のための計画を策定・実施し、その結果を改善につなげています。

コンプライアンス・リスク評価表

準拠法令　（○○部固有）

リスク事項：リスクが実現化した場合に発生する損害・罰則・信用失墜等

部署名	法令名	法令概要	リスク事項	危険度		対応・防止策	行動規範No.
				発生	影響		

コンプライアンス教育・研修

コンプライアンス教育は、階層別に全社で継続的に行っています。新入社員に対するコンプライアンス・プログラム教育を始め、管理職に対する課題別集合研修を実施しています。2011年度は、環境規制と環境活動、リスクマネジメント、輸出貿易管理等を中心に実施しました。この研修内容は、カスケード(階段状)方式で各部門の一般社員へも展開しています。また、2004年度に管理職を対象にe-ラーニングでの研修を開始しましたが、現在は一般社員に対しても研修を実施し、全社員へのコンプライアンスの浸透を図っています。さらにケーススブックやビデオなどを利用したコンプライアンス意識の向上にも努めています。

管理職研修会

コンプライアンス監査／コンプライアンス意識調査

規準類がどれだけ守られているか、コンプライアンス上の問題が起きないかなどを確認するため、2004年度から「コンプライアンス監査」を行っています。全ての本部を対象に、部門の取り組みや法令遵守状況、情報セキュリティやリスク低減計画の進捗状況などの確認を行い、必要な改善指導をしています。また、モニタリングの一環として全社員に対して「コンプライアンス意識調査」を定期的に行い、公表しています。

● **コンプライアンス意識調査** （2010年9月実施 全社員対象 回答率 90%）

アンケート調査設問（抜粋）	回答	08年9月	10年9月
あなたの部署では「コンプライアンスは重要」との認識は浸透していますか?	浸透している	95%	94%
あなたの上司はコンプライアンスの実践について具体的に説明、指導等していますか?	している	77%	88%
あなたの部署では打ち合わせなどで意見を気がねなく言えますか?	言える	83%	85%
あなたはコンプライアンス相談窓口に通報することで不利益を受けると思いますか?	思わない	70%	70%
あなたはコンプライアンス相談窓口への通報方法を知っていますか?	知っている	65%	72%

グローバルなコンプライアンスの取り組み

コンプライアンス・プログラムは、グループ全体に展開しています。現在導入しているグループ会社は、国内3社、海外16社に渡っています。

各社とも本社に準じたコンプライアンス行動指針を制定し、海外では英文だけでなく、中国語やマレー語等8か国語で作成しました。また、コンプライアンス・プログラムの中核であるリスクの洗い出しとその対応計画の実施を本社と同様に進めています。

今後クラリオングループ行動規範を各社において社規化し、周知展開する予定です。

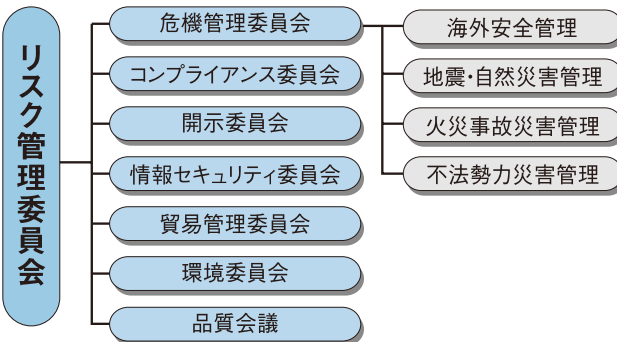
● 各国語版のコンプライアンス行動指針

コミュニケーション

国内関係会社とは、定期的に連絡会議を開催し、活動計画や実施状況を確認するとともに、課題の共有化を進めています。また、ヒアリングやコンプライアンス監査を通じてレベルアップを図っています。

海外関係会社とは、各拠点へのヒアリングや、拠点からの定期報告とそのフォローにより活動を活性化させています。

リスク管理体制

企業を取り巻く様々なリスクを的確に管理・対応し、企業価値を維持・向上させるため、「リスク管理規程」を制定し、運用しています。リスク管理体制としては、リスク管理委員会で経営全般のリスクに対応し、その下に設置された危機管理委員会、コンプライアンス委員会、開示委員会、情報セキュリティ委員会、貿易管理委員会、環境委員会および品質会議で、それぞれの専門分野への対応を行っています。また、これらの取り組みを内部監査グループが定期的に監査することにより、PDCAサイクルをまわし、継続的な改善につなげています。

危機管理体制の確立

火災、大地震、自然災害など企業を取り巻く多種多様のリスクに対して、即対応できるように、「危機管理マニュアル」を制定しています。また、組織やグループを横断した「危機管理委員会」を設置し、危機管理体制を確立しています。定期的に開催している危機管理委員会では、リスク対策に関して論議し、決定事項については全社展開をしています。

株主・投資家とともに

クラリオンは、株主・投資家の皆様に対して、クラリオンの事業活動状況や財務内容等の経営情報を的確かつ適時に開示するとともに、会社の経営理念や経営方針を明確にお伝えすることが大切だと考えています。ホームページや「株主通信」を通して、適切な情報開示に努めていきます。

株主価値の向上

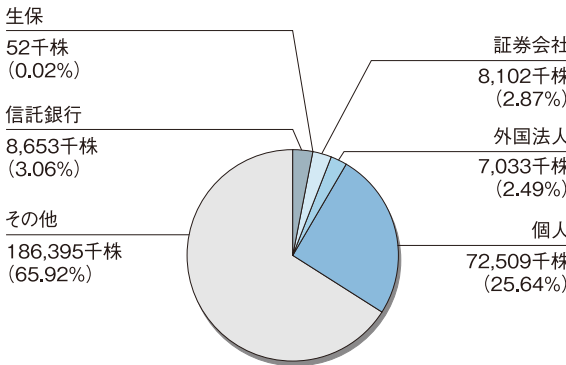
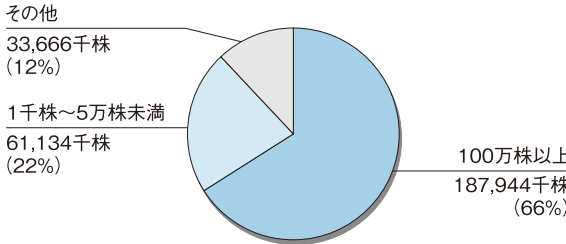
クラリオンは、日立グループ入りして5年目を迎え、営業・技術・購買分野での融合をさらに進めていくことにより「価値ある企業」への変革をめざすとともに、車載機器専業メーカーとしてこれまで培った信頼と実績をもとに技術開発力の向上に努め、さらなる進化を実現して株主価値の向上を図っていきます。

また、株主・投資家の皆様に企業ビジョンや事業戦略をお伝えするために、ディスクロージャーポリシーを定めています。このポリシーのなかで、常に株主・投資家の視点に立った迅速、正確かつ公平な開示を行うとともに、法令および取引所規則等を遵守し、会社情報の公正な提供について真摯な姿勢で臨むことを掲げています。

開示委員会の設置などにより、このディスクロージャーポリシーに則り、公正かつ適時適切な開示に努めていきます。

● **株主の状況** (2011年 3月31日現在)

発行可能株式総数: 450,000,000株
当期末発行済株式総数: 282,744,185株
総株主数: 19,451名
1人当たり平均所有株数: 14,536株

● **所有者別分布状況** (2011年 3月31日現在)

● **所有株数別分布状況** (2011年 3月31日現在)

● **大株主 上位 10名** (2011年 3月31日現在)

株主名	持株数(千株)	持株比率
日立製作所	179,815	63.77%
日本トラスティ・サービス信託銀行	5,968	2.11%
日本証券金融	2,884	1.02%
日本マスタートラスト信託銀行	1,694	0.60%
クラリオン従業員持株会	1,510	0.53%
大和証券	966	0.34%
資産管理サービス信託銀行	900	0.31%
松井証券	888	0.31%
マネックス証券	813	0.28%
ビー・エヌ・ピー・パリバ・セキュリティーズ(ジャパン) リミテッド	719	0.25%

(注) 1. 上記のほか、自己株式792,769株を保有しています。
2. 持株比率は、自己株式を控除して計算しています。
3. 信託銀行各社の株式数には、信託業務に係る株式数が含まれています。

タイムリーな情報開示

株主通信は、会社の経営状況や取り組み、実績等を株主の皆様へお知らせするための冊子で、6月と12月の年2回発行しています。株主の皆様に見やすく、分かりやすい内容となるよう、心がけて制作しています。ホームページでは、株主・投資家向けに、IRライブラリーに決算等の会社情報を適宜掲載、更新しています。IR活動に関して、株主や投資家の皆様からのお問い合わせがあった場合は、迅速な対応に努めています。また、年1回アニュアルレポートを発行しています。

株主通信

アニュアルレポート

We are Clarion

株主・投資家の皆様へ当社の事業活動や財務内容などの経営情報を迅速かつ公平に開示し、それらに対する多様な意見を真摯に、かつ主体的に受け止め、社会との双方向のつながりを促進することがクラリオングループ行動規範に定められております。開示委員会事務局としてさまざまなIR活動を通じて実行してまいりたいと考えております。

人事総務部
加藤　勝亮

お客様とともに

クラリオンは、品質管理体制とあわせ、お客様とのコミュニケーションラインを強化しています。それは、お客様がCS（顧客満足）活動の原点であるからです。お客様の声は重要な情報として社内にフィードバックし、活用しています。お客様とともに歩み、お客様から確固たる信頼と満足を得ることがクラリオンの目標です。

お客様満足と信頼の確保

品質方針

クラリオンは、「移動空間における音と情報通信のつながりを独自の発想と先進技術で、新たな領域まで進化させます。そして世界中のお客様へ安心・安全・快適・感動を提供していきます。私たちは業界の先端を走り続け、市場ニーズを的確に捉え将来にわたる成長をめざします。」というビジョンを掲げています。

その実現のためには、法規制を遵守した上で、お客様のニーズを満たすことの重要性を組織内に周知し、それに対応する活動を実践することが必要です。そこで、クラリオンは、品質に対する基本方針を「お客様満足と信頼の確保」と定め、方針に則った活動を推進することによって、当社の社会的存在価値を高めていくことをめざしています。

企業に対する信頼は一朝一夕で得られるものではありません。また、一度得られた信頼もひとつの不祥事で容易に失われてしまいます。そのため、クラリオンは一つひとつの商品に対するお客様の満足を積み重ね、「次もクラリオン」という信頼に繋げていくことを社員の誇りと考え、品質を重要な経営指標として取り組んでいます。

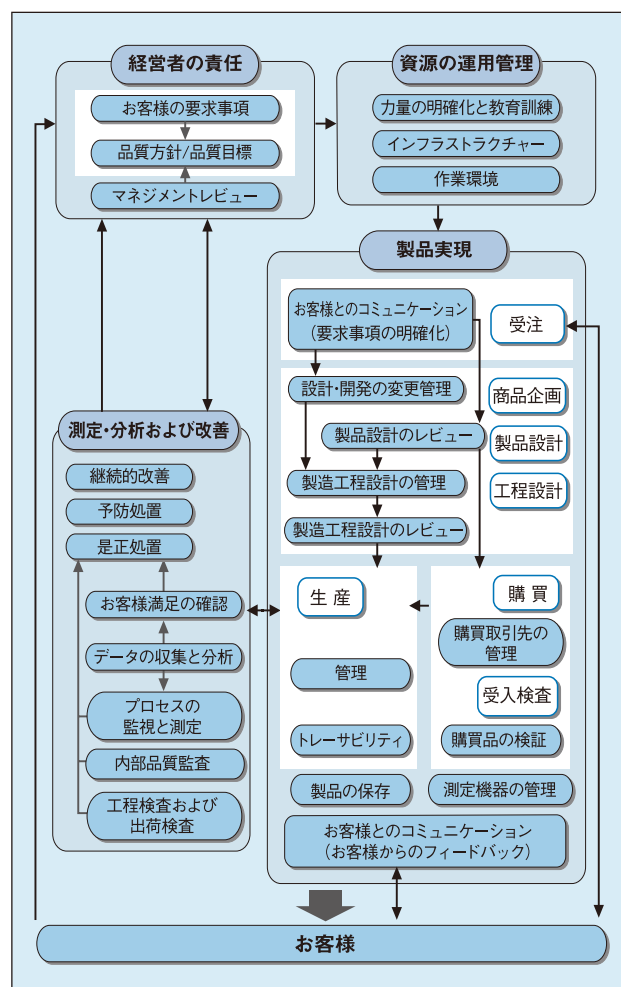
品質保証体制の構築

自社市販製品はもちろん、OEM製品でもお取引先の要求にお応えする確かな品質保証体制を整備しています。その一環としてISO9001を母体とした自動車業界固有の品質マネジメントシステムISO/TS16949の認証を全てのクラリオングループ生産会社が取得しています。

また、2011年夏に正式発行が予定されている自動車に関する安全規格であるISO26262についても対応の準備を始めています。ISO26262は年々複雑化かつ大規模化するソフトウェアを含むシステムの不具合を未然に解決し、お客様に"安心・安全"をお届けすることを目的にしています。

このように各プロセスを有機的に機能させ、品質マネジメントシステムとして適切に維持することで、お客様に安心・安全・快適な技術と品質を提供しています。

We are Clarion

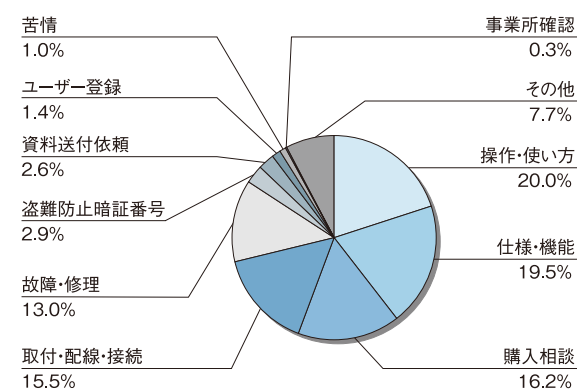
お客様相談室ではカーナビゲーションやカーオーディオ、特機といった商品はもとより、過去に販売を行っていた住宅設備機器等のお客様対応を行っています。時代の変化と共にお問い合せの内容や傾向も変化してきており、丁寧な対応を皆で心掛けています。

お客様相談室
中園 雅貴

お客様の満足向上のために

クラリオンでは、技術開発や製品品質の向上はもちろんのこと、お客様満足の向上のために、「お客様と企業のコミュニケーションライン」を充実させ、市場ニーズを把握し、「社内関係部門への効果的なフィードバック」を通じて「商品やサービス向上」に努めています。

お客様と企業のコミュニケーションラインの充実

お客様とのコミュニケーションラインの中核となるのがカスタマーサポートです。お客様相談室では、携帯電話を含め日本全国からフリーダイヤルで対応しています。（2010年度：約6万件）また、フリーダイヤル受付時間外でも、ホームページを通じたEメールでのお問合せも可能で、さらにお問合せが多い質問項目は「製品に関するQ&A」として充実させ、ホームページにも多くのアクセスをいただいています。（2010年度：110万件強）対象製品分類ではカーナビゲーションに関するものが約70%を超え、本来自動車メーカーへお問合せいただくべき純正商品に関しても増加してきています。

● 電話相談内容の種類

Topics

より質の高い製品やサービスの提供

より質の高い製品やサービスをご提供し、お取引先にとってClarionが一層必要とされるブランドとなることをめざし、2010年度から「B to B お客様アンケート」を開始し、初年度は1,000名近くのお取引先に回答をお願いしました。クラリオンのポジショニングやご指摘、ご要望事項を生の声として可視化し、グループ内で共有することを通じて、目的意識のベクトルを合わせることができるようになりました。

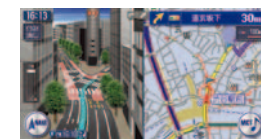
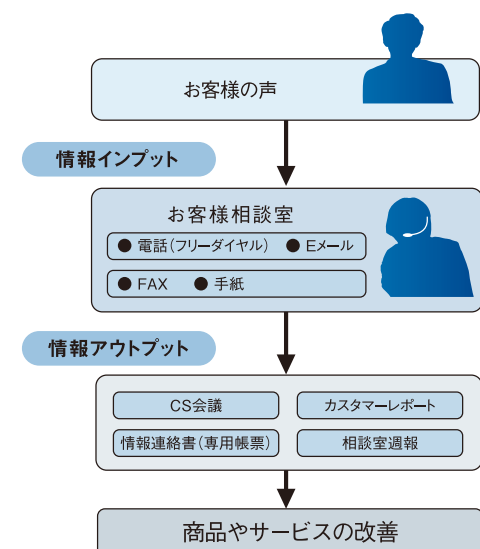
ニーズの把握と社内フィードバック体制の強化

お客様から寄せられたお問合せやご意見・ご要望は、正確に把握・理解し、迅速・的確な回答に努め、あわせてお客様の声を集約した「カスタマーレポート」を発行（1回/月）、製品機能・販売/修理/サービス体制改善は「CS（顧客満足）会議」（1回/月）にて協議し、実行しています。

また、昨今お問合せの大半を占めるカーナビゲーションに関しては、搭載されている地図の施設情報や目的地までの案内ルートに対するお問合せや修正依頼が多く、これらの情報は専用の帳票で管理し、地図データ会社へフィードバックし、内容を精査した上で、次年度以降への反映がなされています。

2006年度からは、イントラネットを通じてグループ会社全体でお客様の声とその対応状況を閲覧可能にし、情報共有を図っています。

お客様の声を基に改善を行った事例としては、HDDナビゲーションの画面OFF/時刻拡大表示、操作音のON/OFF、地図更新の際に参考となる新規掲載道路・市町村合併状況のホームページ記載、専用帳票返却の際の担当者の記名、機種毎の地上デジタルTVチューナー接続方法のホームページ記載をはじめ、カタログ・取り扱い説明書の表示・表現方法の改善などを実施いたしました。

● お客様フィードバック体制

ナビ画面データ

HDDナビゲーションの大きな時刻表示

ホームページ掲載画面

ホームページ記載地図データベース更新内容

製品への責任と情報セキュリティ

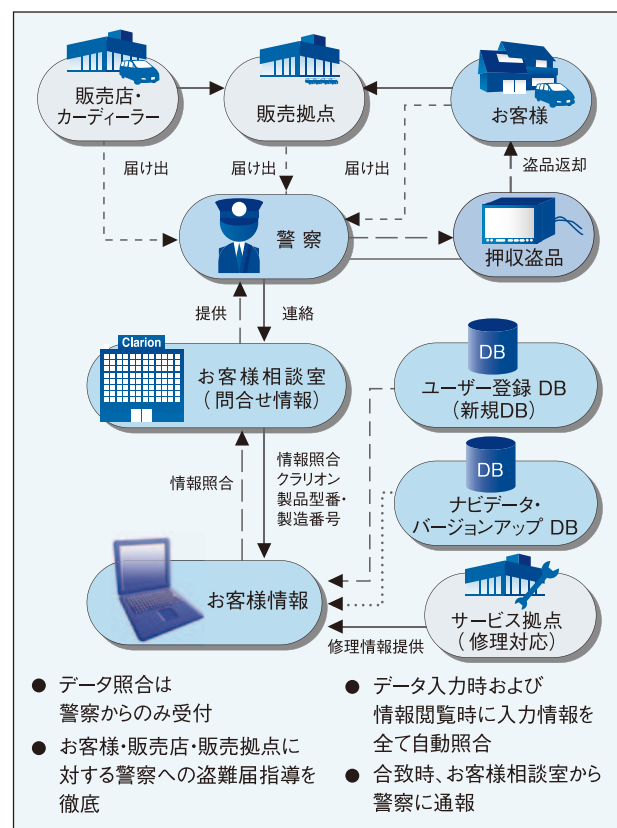
製品への責任

クラリオンでは、販売する製品の特性を認識しその安全性に留意するとともに、製品の安全に関する法律および安全基準（製造物責任法、消費生活用製品安全法、道路運送車両保安基準など）を充分に理解し、これらを守り、製品の安全性を評価し、品質の維持・向上を図ることにより、お客様が満足され安心して使っていただける製品の提供に努めています。

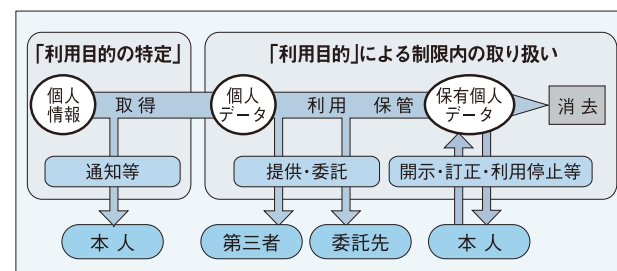
また、近年カーナビゲーションの盗難が急増し、製品自体に装備されている「暗証番号」や盗難被害・盗品押収に関して警察からの問合せも増加しています。

このような状況を受け、クラリオンでは盗難被害届と押収品情報をユーザー登録データや修理データ、地図更新データと自動照合する「盗難品確認システム」を2006年に立ち上げ、迅速かつ正確な照合を実施しています。

警察への捜査協力は犯罪に関与した車両に装着されたカーナビゲーションに記録された軌跡解析と合わせて年間50件以上にも及びます。

● 盗難品確認システム

個人情報の管理

商品をご購入いただいたお客様からご提供いただく情報をアフターサービスや商品開発に役立てています。個人情報の取り扱いについては、個人情報保護方針を策定し、ホームページに開示しています。併せて個人情報管理規程を制定し、この規程に則り、適切な管理運用を実施しています。

具体的には、個人情報保護総括責任者のもと各部門に個人情報管理責任者をおき、管理しています。また、その管理状況について、定期的な監査やヒアリングを行い、安全管理の徹底を図っています。さらに、全従業員に対しては、個人情報保護法を含めた法令遵守の意識付けのために、定期的に教育を実施しています。

情報セキュリティ

情報の漏洩やソフトウェアの不正利用による企業の信頼失墜、不正アクセスによるシステムダウンなどのリスクを回避するため、情報セキュリティポリシーを策定し情報資産の保護をおこなっています。具体的には、サーバー室などのエリアの入退室制限など、物理的対策を実施しています。

情報資産へのアクセスに関しては、パスワードなどの認証システムにより保護を行い、データの暗号化等の技術的対策を実施しています。

また、情報資産のリスク分析やe-ラーニングによる全社教育を実施し、セキュリティ意識の向上を図るとともに、毎年情報セキュリティ監査を実施し、問題点の早期把握と改善を図っています。

We are Clarion

貿易管理委員会では、経済産業省管轄の「安全保障貿易」と東京税関管轄の「特定輸出申告制度」の管理を行っています。貿易管理の目的は、国際社会における平和と安全の維持ですので、まさしく「スーパーマン」と同様です。活動は日立オートモティブシステムズとも連携し、毎月の連絡会を通じて情報交換を行っています。今後もグループ全体の輸出管理レベルの維持・向上を図っていきます。

生産企画管理部
岩波　寛

地域社会とともに

クラリオングループでは、良き企業市民をめざし、世界中で地域社会への様々な支援活動を行っています。地域社会への貢献活動や自然災害時の被災地への支援など各国で幅広い活動を通じ、地域の発展に積極的に寄与しています。

社会貢献活動

クラリオングループでは、地域社会貢献活動、自然災害時の被災地への支援、地域との交流などに重点を置き、各事業所が主体となって社会貢献活動を展開しています。

自然災害時の被災地への支援（寄付活動）

● 国内のクラリオングループによる東日本大震災に対する支援

【義援金】

◆2011年3月11日に発生した大地震により、東北地方を中心として未曾有の被害が発生しました。震災を受け、クラリオングループでは災害義援金対応要領に基づいてグループ社員（CMSは除く）による義援金の募集を実施しました。

グループ社員による募金総額は、1,300,777円となり、日本赤十字社を通じて寄付しました。

◆クラリオンとしては、グループ社員の義援金とは別に200万円を拠出し、クラリオンと関連の深い福島県郡山市に寄付しました。

郡山市災害対策本部での義援金贈呈式

【支援物資】

◆日立オートモティブシステムズグループとして茨城県・佐和地区と福島県・郡山地区に対する支援物資を募集し、ダンボール47箱分の支援物資を送付しました。

◆埼玉県災害対策本部にPND（パーソナル ナビゲーション デバイス・ワンセグTV内蔵）1,000台（3,980万円相当）を贈呈しました。このPNDは最終的には石巻市に贈呈され、被災地の方々の情報源として大きく役立ちました。

◆福島第一原子力発電所事故により、さいたまスーパーアリーナに避難されていた福島県双葉町職員に対し、PNDを14台寄贈しました。

【ボランティア活動】

◆福島第一原子力発電所事故により、さいたまスーパーアリーナに避難されていた双葉町の方々への支援活動を目的に社内でボランティアを募集し、5名の申し出がありました。最終的には3名が延べ5日間参加しました。

● 海外のクラリオングループによる東日本大震災に対する支援

海外のグループ会社および社員による義援金は、CM・CPMの1,644,600円を筆頭にCCAのUS$17,605やCHIグループの483,857円等、義援金総額は日本円に換算して4,413,233円となり、日本国内のグループ会社の義援金総額を上回っています。

地域社会貢献活動

● 地域との交流

◆ハンガリーのCHEでは参加者を募り、ルーマニア（トランシルバニア地方）の児童養護施設を訪問しました。訪問に際し、昨年度のクラリオンブランド表彰でCHEが獲得した賞金の約25%相当と、有志がそれぞれ自主的に購入準備した文房具、書籍、CD・DVD、菓子、洗剤等を寄付しました。当地方はかつてのハンガリー領土であり、施設はハンガリー人で構成され、CHEの訪問は非常に歓迎されました。

寄贈の後、中庭で記念撮影

訪問を記念した証書を額にいれて進呈

● 地域社会貢献活動

◆中国のCXEEでは、各部門から参加者を募り、海岸のごみ回収を行い、地域に貢献する地道な活動を続けています。

We are Clarion

「Clarion」ブランド価値向上の仕組みづくりが私の業務です。先の大震災では本社に隣接するさいたまスーパーアリーナに数千名もの被災者が避難されました。多くの仲間がボランティア活動に参加し、私も食事の配給や臨時学校を手伝いました。日本が安らぎを取り戻すには時間がかかりそうですが、このような状況の中クラリオンも私も必要とされる存在であり続けたいと思います。

グローバル戦略部
石崎　寧

お取引先とともに

クラリオンは、お取引先との事業戦略・技術戦略・マーケティング戦略でのチームワークを、日本はもとよりグローバル規模で強化。オープンでフェアな取引を通じて競争力を高め、真のWIN−WIN関係の実現をめざします。さらに近年では、お取引先と連携して「グリーン調達ガイドライン」を制定。環境にやさしい購買活動を推進しています。

適正な取引

購買方針

クラリオンでは、購入先との取引において、良識と誠実さをもって接し、常にオープンでフェアな対応をするよう心がけています。また、新規お取引先を国内外から積極的に採用し、世界6か国9社のグループ生産会社へ、グローバルな調達活動を展開しています。お取引先の選定にあたっては、品質や技術開発力だけでなく、環境配慮やCSRの視点も踏まえています。

お取引先とのコミュニケーションを大切にするとともに、戦略を共有してお互いの競争力を高め合う関係の構築をめざしています。

- 購買方針
  - 適正品質・価格競争力・納期適応力
  - 技術開発力・環境保護・CSRに基づく購買政策の強化
- 目 標
  資材購入総コストの削減
- 方 策
  1.グローバルな購買政策の推進
  2.グリーン購買の推進
  3.開発段階の総コスト削減
  4.部品品質の向上
  5.CSRの推進

購買取引説明会

CSRに配慮した購買活動を推進していく上で、お取引先との連携は欠かせません。クラリオンは、毎年購買方針説明会を開催し、購買方針に関する説明のほか、CSRの推進と環境配慮に対する取り組みへのご協力を要請しています。これまで「グリーン調達ガイドライン」を制定し、お取引先とともに環境に配慮した活動を推進してきました。日立グループ化に伴ってCSRを推進するにあたり、「日立グループ CSR活動取り組み方針」を伝えています。2011年6月に開催した国内での説明会は、180社が出席しました。また、中国での説明会も定期的に開催しています。

お取引先の年間表彰制度

毎年お取引先の表彰制度を実施し、競争力強化のためのお取引先での改善活動や、高付加価値製品への対応のための提案などを促進しています。この制度は、年間のQ（品質）、C（コスト）、D（納期）、VEC活動*の実績が特に優れたお取引先を表彰しているもので、2010年度は7社を表彰しました。今後もこのような活動を通じて、お取引先との連携を強化していきたいと考えています。

*VEC（Value Engineering for Customers）活動:日立グループで展開しているVE活動。VEとは、コストや機能に関する諸要因を分析し、お客様の要求する機能を備えた製品を最小のコストで提供する技法。

購買方針説明会にて表彰されたお取引先

お取引先との公正取引に関する教育

法令遵守および公正・公平な取引を目的に、定期的に下請代金支払遅延等防止法に関する外部研修へ購買担当者が参加しています。2010年度は外部研修に2名が参加しました。

今後も購買活動に関連する法律や購買実務の職能教育について外部研修やe-ラーニングを積極的に活用し、個々人のレベルアップに努めていきます。

We are Clarion

購買部
長岡　信子

私は社内で使用される消耗品やサービス、業務委託等の間接材購買を担当しています。購買業務にあたっては、お取引先との信頼関係が何よりも大切です。下請法をはじめとする関連法規の遵守はもちろん、誠意をもって業務に取り組み、強い信頼関係を結べるよう心がけています。

従業員とともに

クラリオンは、自律（立）心旺盛な人を重視した人物本位の採用を行っています。また、従業員一人ひとりが職務に意欲的に取り組める人事処遇制度を運用するとともに、グローバル思考・ブレイクスルー思考ができる人材の育成を行うことにより、従業員の豊かな個性とチャレンジ精神を高めています。

雇用

雇用に対する基本方針

クラリオンは、国籍・性別・宗教・人種などの差別を禁止し、さまざまな価値観を持った人材の確保・育成をめざしています。また、「クラリオングループ行動規範」に掲げているように、各自の人権と人間性を尊重しています。

基 本 方 針

- 差別のない全方位型
- 人物本位
- 透明性のあるプロセス

さまざまな価値観の融合

求める人材像と多様な価値観の尊重

クラリオンでは、「自律（立）心が旺盛な人＝主体的に考え、積極的に物事に取り組み、好奇心を持って学びとることができる人」を求めています。人材の採用にあたっては、求める人材像を重視した人物本位の選考を行っており、学歴や性別、さらに国籍による差別はありません。選考では、応募者全員に対して面接による人物評価を行い、コミュニケーション力やユニークな発想を審査しています。評価内容は、内定者へすべてフィードバックし、透明性のある選考プロセスの確保に努めています。

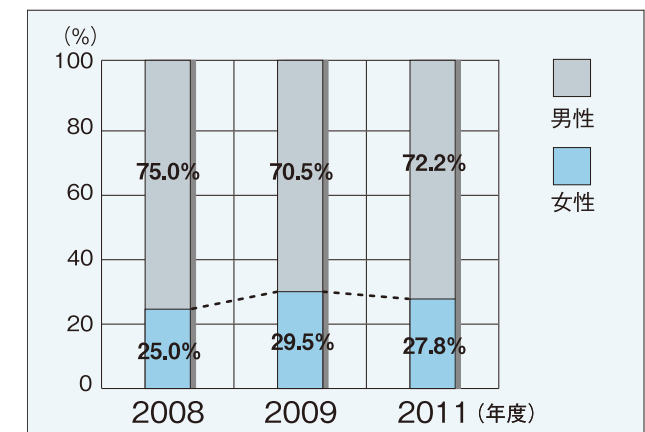
障がい者の雇用促進

クラリオンは、障がいを持つ方々の雇用拡大をめざしています。2010年度の障がい者雇用率は、1.9%となっており、法定雇用率（1.8%）を達成しています。

雇用機会均等の徹底

2007年4月1日の改正男女雇用機会均等法の施行前に、妊娠・出産等に伴う不利益取り扱いの禁止やセクシャルハラスメント等の改正のポイントについて、全社に展開を図りました。また、意識啓発を図るためにマネージャー層を対象に研修を実施しました。

従業員に占める女性の割合は12%と低率ではありますが、基本方針に基づき、採用において男女の差はありません。女性の採用比率は、2011年度は27.8%となっています。女性の活躍の場は設計・購買・営業等さまざまな職種へとますます拡がっています。

● 新卒の男女採用比率

（2010年度 採用実績無し）

Topics

創業70周年記念イベントの開催

2010年12月、創業70周年を記念してClarion Festa 2010が開催されました。当イベントには、クラリオングループ社員とその家族が招待され、約2,000人が祝杯を挙げました。東京ドームシティ プリズムホール内で、ブラジルサンバや大抽選会、お笑い芸人のライブ等が行われた他、社員による様々なブースも設置され、クラリオン社員ならではのおもてなしで、盛大なイベントとなりました。

2009年度入社社員宣誓
社員有志によるクラシック音楽演奏
社長挨拶
ブラジルサンバ体験

人事処遇制度

人事処遇に対する基本方針

クラリオンは、企業理念の中で「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る」と謳っています。その理念に基づき、自律(立)した意識をもって、従業員一人ひとりが職務に意欲的に取り組めるよう、役割および職責と発揮された能力に応じて評価する人事処遇制度を整備しています。

基 本 方 針

- 自己実現の確立
- 自由闊達な風土の醸成
- 自律（立）型人材の育成

役割および職責と発揮された能力に応じた処遇の実現

人事制度

● 資格制度

役割および職責、能力に応じた資格等級を設定しています。各資格等級の昇格要件を満たすことで審査（年1回）を経て資格昇格を決定します。

● 賃金制度

資格等級毎の賃金レンジ制を導入しています。賃金レンジは市場価値水準を意識したものとなっています。

● 評価制度

半期毎に目標管理による成果の大きさを評価し、年間では仕事を通じた行動・発揮能力の的確さを評価しています。半期評価は賞与に反映し、年間評価は賃金および資格昇格に反映しています。

● 社内公募制度とFA制度

自律(立)型キャリア形成の促進を図るため、本人主導にて役割を自己選択できる公募制度(自ら役割を選択する機会として本人の希望に応じた職場異動の手続き)とFA(フリー・エージェント)制度の導入により社内人材の流動化を促進しています。

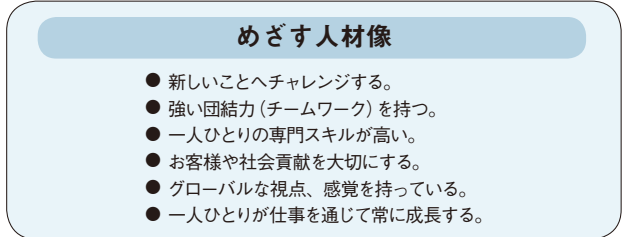
	2008年度	2009年度	2010年度
社内公募制度実績	3名	4名	5名
FA 制度実績	2名	4名	2名

人材育成

人材育成の基本方針

クラリオンは、世の中の急速な変化に対応できるプロ集団の育成をめざしています。会社・部門における「人材」としての戦略的育成と個人の自主的な活動支援を目的に、さまざまな形で育成を行っています。

めざす人材像

- 新しいことへチャレンジする。
- 強い団結力（チームワーク）を持つ。
- 一人ひとりの専門スキルが高い。
- お客様や社会貢献を大切にする。
- グローバルな視点、感覚を持っている。
- 一人ひとりが仕事を通じて常に成長する。

教育体系

クラリオンは、「めざす人材像」実現のために以下のような教育体系を整備しています。

	ビジネススキル研修	コアスキル研修	専門スキル研修
管理職層 中堅層 担当層	社員の役割に応じ必要なスキル、知識の習得のための研修	強い団結力やチャレンジしつづけるクラリオンならではの文化を育んでいくための研修	職種毎に求められる専門能力向上研修

キャリア開発支援

会社・部門・個人がそれぞれの役割や目的に応じて主体的に活動し、そのシナジー効果により会社・部門は人材の質的向上を図り、個人は自らの市場価値を高めます。

メンター制度	1人の新入社員(メンティ)に配属部門の先輩社員1人をメンターとして設定することで、新入社員の早期自律(立)化を促進し、社内ネットワーク構築を支援する制度。クラリオンが日本で初めて導入。
キャリアデザイン支援	会社生活の節目のタイミングで、自分のキャリアを振り返ったり、会社を見つめ直すことで、社員が自律(立)的に今後のキャリア形成を考え、実行する活動の支援としてキャリア研修を提供。

We are Clarion

<メンター: 円谷>
2009年度入社の赤地さんは、新人当初は心配してしまう事もありましたが、今では指示以上に応えてくれるまでに成長しました。
まだまだ経験する事も多いですが、将来グループを引っ張る人材に成長してくれることと思います。

ITコア開発部
円谷 岳人

<メンティ: 赤地>
メンターの円谷さんは周囲からとても頼りにされている、憧れの存在です。性能評価の仕事を任された時は、一つひとつ丁寧に教えてくれました。
まだまだ未熟な自分ですが、少しでも円谷さんに追いつけるようにこれからも頑張りたいと思います。

ITコア開発部
赤地 雅史

ワークライフバランス

子育て介護支援の取り組み

クラリオンは、子育てを行う従業員および家族が介護を必要としている従業員に、仕事と家庭を両立できる環境として、「育児休業制度」「介護休業制度」「積立休暇制度」を設けています。

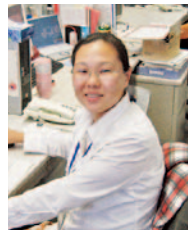
また、「次世代育成支援対策推進法」を受け、行動計画を策定し、層別研修での啓発活動等の取り組みを進め、さらにダイバーシティの考えに立ち制度改正を進めています。

育児休業制度	1子につき1回、休業期間は子が1歳6か月に達するまでを限度とする。
介護休業制度	介護事由により通算1年以内の必要な期間
積立休暇制度	付与日から2年を経過した日において失効する年次有給休暇の未消化分のうち、毎年4日を限度として積み立てる休暇制度。累計40日を限度とする。業務外傷病の療養や家族の看護等に要する休暇として利用されている。また、積立休暇とは別に家族の看護休暇が年5日ある。
子育て支援	小学校卒業まで1日2時間の短時間勤務制度
母性保護	産前休暇を産前8週目から取得可

	2008年度	2009年度	2010年度
育児休業取得実績	8名	7名	9名
介護休業取得実績	0名	0名	0名

有給休暇取得日数向上への取り組み

有給休暇取得促進のため、取得しやすい制度づくりを進めています。計画的取得として、連続有給休暇(2日)、アニバーサリー休暇(3日)、一斉有給休暇(5日)を実施しています。

We are Clarion

私は育児休業後、職場に戻りました。当社にはフレックスタイムなどの柔軟な勤務が出来る制度が充実しています。子どもが保育園に入った当初は、よく熱を出したため、度々保育園から迎えに来るよう連絡があったのですが、上司や同僚のご理解・ご協力により、ピンチを乗り切って、現在も仕事と家庭をしっかり両立しています。

HMI ソフト設計部
孟 文麗

安全衛生管理

安全衛生委員会を設置し、安全かつ衛生的な職場環境の整備に努めるとともに、業務上の安全衛生に関する法令等を理解し、遵守しています。

基 本 方 針

「安全と健康を守ることは全てに優先する」

安全衛生委員会

安全衛生委員会を毎月定期的に開催し、基本方針に基づく安全衛生に関わるテーマについて審議しています。

労働災害の防止

従業員の安全を最優先で確保するとともに、企業の社会的責任を果たすため、重大災害の発生ゼロを目標に安全対策を講じています。2010年度も、重大災害は発生していません。

心身の健康づくり

ライフスタイルの変化に伴い、生活習慣病のリスクが高まっています。クラリオンは、従業員の疾病等の早期発見につなげるため、定期健康診断の完全受診を第一の目標に掲げています。2008年度から35才以上は医療機関の出張対応による一斉健診から日帰りドック健診へ切り替え、より精度の高い受診結果が得られるようになりました。

また、従業員が心身ともに健康な状態であってこそ企業の活力も向上するものと考えています。そこで、メンタルヘルスのための健康相談室（外部カウンセリング）の設置や専門家を講師に招いた「メンタルヘルスに関する講演会」等を行っています。2010年度の講演会は約80名が参加し、リスクマネジメント面からの必要な知識と対処法に関して学習しました。

健康管理講演会の研修風景

環境レポート CSR REPORT

環境方針

クラリオングループは、環境への取り組みを経営の最重要課題の一つと認識し、
車載情報システムを主体とした設計、製造及び販売の事業活動において
環境負荷低減をめざしたグローバルなモノづくりを推進し、
以下の取り組みにより持続可能な社会を実現する。

1) 当社の製品及びサービスによる環境影響を評価し、環境目的・目標を設定し、推進するとともに、毎年見直しを行い環境への負荷を継続的に改善する。
2) 製品における有害物質の削減、省資源化、消費エネルギーの低減などの環境配慮型製品・サービスの提供を推進する。
3) 省エネルギーを推進し 地球温暖化の防止に努める。
4) 廃棄物の減量化とリサイクルを推進し 循環型社会の実現をめざす。
5) 事業所の緑化や周囲景観の向上を図るとともに、自然環境の保護や、生態系への影響に配慮する。
6) 事業所の排水、油や有害物質等の漏出による環境汚染の予防を図る。
7) 環境に関連する法規制及び当社が同意するその他の要求事項および自主基準などを順守する。
8) 全従業員に 環境方針を周知し教育・訓練により環境保全に関する知識の向上と啓発を図る。
9) この環境方針は、社外にも公表するとともに積極的な情報開示とコミュニケーションを行う。

改訂 2008年3月11日

C O N T E N T S

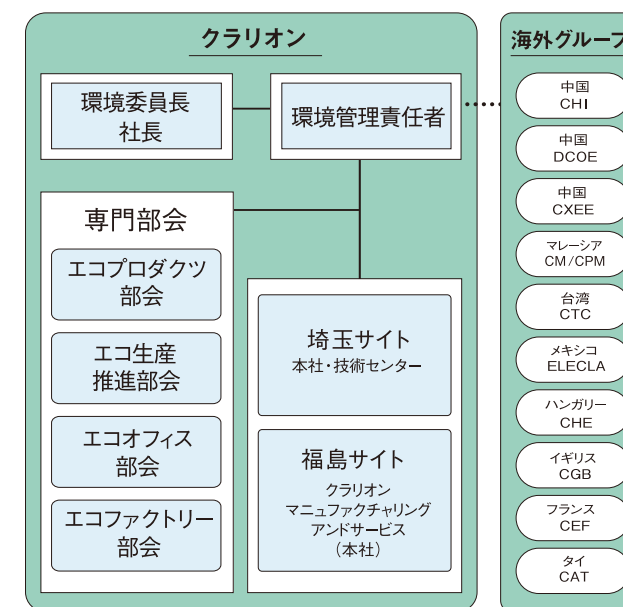
環境マネジメント

クラリオンは、人と社会と自然の調和を図り、地球の限りある資源の有効活用やエネルギーの効率的活用など、持続可能な社会をめざした企業活動を推進しています。今後も、企業理念に基づき、技術面、経済面、人材面などを結集した環境保全活動をグループ全体で推進していきます。

環境方針

クラリオンは、環境への取り組みを一層強化するために、2008年3月に環境方針を改訂しました。この環境方針に基づき、クラリオングループでは、「資源の循環的利用」、「地球温暖化の防止」、「生態系の保全」を3つの柱として環境保全活動を推進し、持続可能な社会の構築に貢献する製品とサービス提供の実現をめざしています。

環境推進体制

クラリオンは、環境保全活動を推進するため、2000年にISO14001の認証を取得しました。また、海外関係会社では、2008年3月末までに10拠点でISO14001の認証取得を完了しました。このように環境マネジメントシステムを構築し、グループ一体となった環境推進体制を整備しています。環境委員会や全社機能を横断する4つの専門部会を中心に活動を推進し、国内各サイトでは、環境マネジメントシステムの適切な実施・維持を把握するため、年1回の外部認証機関による定期審査と年2回の内部監査を実施しています。

教育・訓練について

クラリオンは、環境保全に対する意識を高めるため、全社員を対象に、体系的に教育を実施しています。

● 環境一般教育

環境管理部署が全社の部署長教育を実施し、その部署長が中心となって国内関係会社を含めた全社員を対象に年1回以上の教育を行っています。2007年からはe-ラーニングでの研修も開始し、エコマインドの浸透を図っています。

● 階層別教育

人事・環境管理部署が主催し、部署長から新入社員まで階層別に環境マネジメントシステム教育を実施しています。

● 内部環境監査員教育

外部研修機関による内部監査員研修と社内の主任内部監査員による内部監査員研修を実施しています。

● 指定業務従事者への専門教育

法規制上の有資格者や著しい環境側面に関わる業務従事者を「指定業務従事者」と位置付け、それぞれの職務に専門教育を実施しています。また、緊急事態にも速やかに対応できるよう、定期的に模擬訓練を実施しています。

環境関連法規制等の遵守状況

クラリオンは、環境に関連する主要な法規制やお客様からの要求事項等をデータベース化し、全社で共有しています。それらの遵守状況を毎月確認し、さらに環境委員会で全社の評価・確認を実施しています。また、推進部署では日常の運用において法や条例が定める基準値からの逸脱、環境に関する事故、苦情、リスクを洗い出し、自主基準にて管理しています。

We are Clarion

環境管理部署として、DDCEの環境パフォーマンスを改善するため、環境目的と目標の設定を行い、その達成に向け他部署と連携し、全力を尽くしています。
DDCEでは、新規ビジネスとしてエスカッション製品の生産をスタートしました。我々の工場が中国の法規やレギュレーションを遵守していることを証明するため、環境測定を実施しています。

クラリオン中国 総務部
夏 超（チャオ シャー）

事業活動と環境負荷

クラリオンでは、国内のグループ会社を含めた環境負荷を把握し、グループ全体で環境保全活動を推進しています。また、これまでの活動にかかわる費用と投資額を把握し、環境経営評価のツールとして活用するために、環境会計を導入しています。

マテリアルフロー

クラリオンは、事業活動に伴う環境負荷について把握、分析し、環境保全活動の向上を積極的に推進しています。このマテリアルフローは、国内のクラリオングループが発生させる環境負荷について、エネルギーや化学物質の使用量などのインプットデータと、CO_2、廃棄物の排出量などのアウトプットデータをまとめたものです。今後も継続的に収集・分析を行うことで効果的に環境負荷を削減していきます。

INPUT

〈エネルギー〉

項目	量
電力（千kWh）	14,734
都市ガス（千m³）	22
ガソリン（kℓ）	104
LPG（m³）	5,562
灯油（kℓ）	373
軽油（kℓ）	13
重油（kℓ）	0

〈水資源〉

項目	量
上水（千t）	46
工業用水（千t）	0
中水（千t）	9

〈原材料〉

項目	量
化学物質（t）	1,425
はんだ（t）	20

金属部品　電気部品
樹脂部品　包装材料

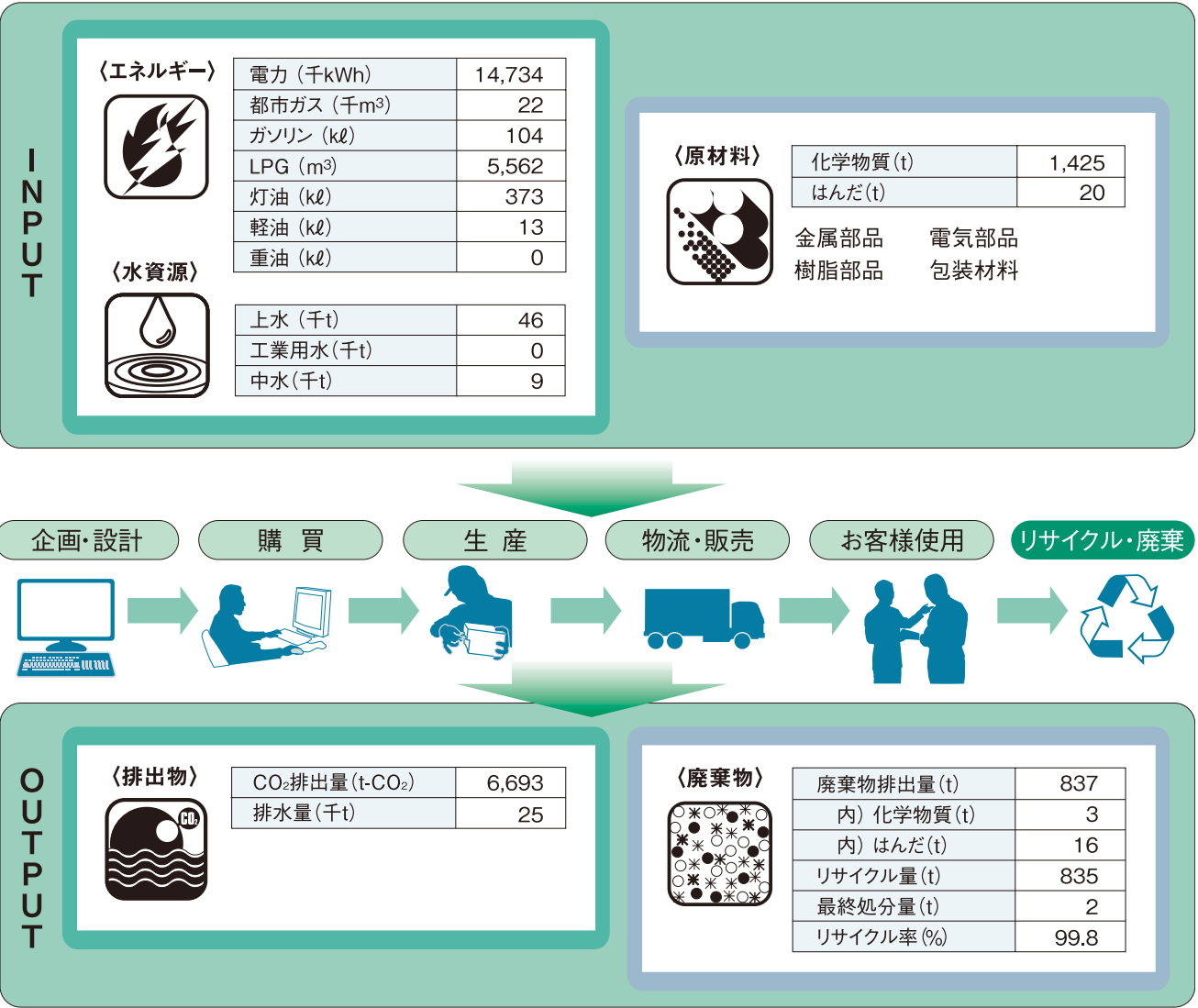
企画・設計　購買　生産　物流・販売　お客様使用　リサイクル・廃棄

OUTPUT

〈排出物〉

項目	量
CO_2排出量（t-CO_2）	6,693
排水量（千t）	25

〈廃棄物〉

項目	量
廃棄物排出量（t）	837
内）化学物質（t）	3
内）はんだ（t）	16
リサイクル量（t）	835
最終処分量（t）	2
リサイクル率（%）	99.8

<対象範囲>
- 国内の対象は次の4サイトです。

■ 埼玉サイト（埼玉県さいたま市）
- クラリオン株式会社 本社・技術センター
- クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社
- クラリオンアソシエ株式会社

■ 東京サイト（東京都文京区）
- クラリオン株式会社 白山分室
- クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社
- クラリオンアソシエ株式会社

■ 福島サイト（福島県郡山市）
- クラリオン株式会社 郡山分室
- クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社

■ 座間サイト（神奈川県座間市）
- クラリオン株式会社 座間事業所

<対象期間>
- 対象期間は次のとおりです。

2010年4月1日～2011年3月31日

環境会計

クラリオンは、環境活動をより効率的に推進し、継続的改善をしていくため2002年度から環境会計を導入しました。環境省の「環境会計ガイドライン」に準拠した「クラリオンの環境会計ガイドライン」に基づき集計・公開し、2005年度から海外に対象を拡大しています。環境情報を積極的に公開することで、クラリオンの環境保全活動を理解していただけるよう努めています。

2010年度の集計結果

- 対象期間／2010年4月1日～2011年3月31日
- 集計対象範囲／クラリオンおよび国内外関係会社（国内4サイト、海外主要生産会社4社）

● 環境保全コスト（国内）

（百万円）

項目		効果の主な内容	2008年度	2009年度	2010年度
事業エリア内コスト			86	78	70
上・下流コスト		グリーン調達費用・容器包装リサイクル費用など	1	0	11
管理活動コスト		認証取得・維持費用・教育費用など	3	15	15
研究開発コスト		製品・製造工程の環境負荷低減軽量化など	8	7	7
社会活動		自然保護、緑化、美化など	0	1	10
環境損傷対応コスト		土壌改善対策など	0	0	0
費用合計			98	101	113
投資合計			33	1	0

● 経済効果（国内）

（百万円）

項目	効果の主な内容	2008年度	2009年度	2010年度
事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	水道光熱費・コピー・EDP用紙購入など	△94	55	△35
事業活動から排出する環境負荷および廃棄物	一般・産業廃棄物処理費用など	23	△2	2
事業活動から産出された財・サービスに関する効果	軽量化による効果など	67	54	40
輸送その他に関する保全効果	ガソリン・軽油使用量など	23	△1	△1
有価物等の売却益	有価物・廃棄物リサイクル売却益	9	15	20
合計		28	121	26

● 環境保全効果

効果の内容		環境保全効果を表す指標（単位）	国内 環境負荷 2008年度	国内 環境負荷 2009年度	国内 環境負荷 2010年度	国内 環境保全効果	海外4サイトを含む環境負荷 2010年度
事業エリア内コストに対応する効果	事業活動に投入する資源に関する効果	電力使用量（千kWh）	18,982	17,798	14,734	3,064	21,418
		燃料使用量（原油換算kℓ）	471	498	439	59	593
	事業活動から排出する環境負荷および廃棄物に関する効果	CO_2排出量（t-CO_2）	6,843	6,709	6,693	16	20,365
		廃棄物最終処分量（t）	5	3	2	1	547
上・下流コストに対応する効果	事業活動から産出される財・サービスに関する効果	リサイクル量（t）	989	761	835	△125	－
		リサイクル率（%）	99.5	99.6	99.8	－	－

We are Clarion

クラリオンメキシコ 品質保証部
フランシスコ　メレンデス

メキシコにあるELECLAでは、自然保護活動の一環として、植林を通じた環境再生に貢献するため、従業員だけでなくその家族も参加しています。冬になると毎年、カナダから"Monarch Butterfly"と呼ばれる何千もの蝶が低温を逃れ飛来する美しい国立公園に、4ヘクタールの植林を行うプログラムを現在展開中です。現在までのところ、5,000本以上の松などを植樹しました。これは、従業員およびその家族の熱心な参加により達成されたものです。

目標と実績

クラリオンでは、当社の事業活動が社会や環境と深くかかわっていることを認識し、社会、環境に優しい取り組みを推進しています。

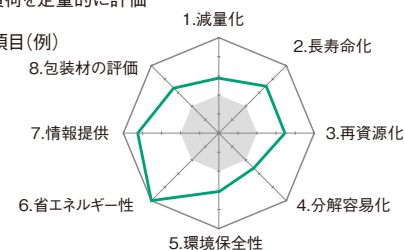
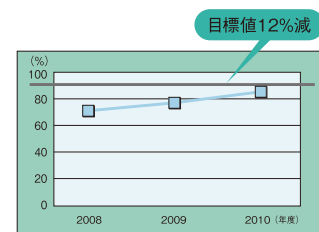
取り組みと実績

評価
A…計画達成、良好な状態の継続
B…一部計画に未達成あるいは継続中
C…計画未達成および問題発生

テーマ		2010年度目標	2010年度活動実績	評価	2011年度目標
エコプロダクツ	環境適合設計	製品アセスメントの促進	A/Bランク(新規)機種への100%実施(※1)	A	製品アセスメント対象の拡大
		環境配慮製品の開発推進	エコ情報機能付きOEM機種開発(1モデル)	A	環境配慮製品の開発
		梱包材料/輸送方法改善	海外向けダンボール使用量削減(12%減)(※2)	A	調達部品へのミルクラン実施
		取扱説明書の電子媒体化	欧州/北米市販製品で実施	A	
	規制化学物質	欧州RoHS適用除外品切替	樹脂可塑剤含有のPCV使用状況確認	A	欧州REACH SVHC品切替推進
		REACH対応の体制構築	欧州REACH規制への対応実施	A	欧州REACH規制への対応実施
エコファクトリー	地球温暖化防止	CO_2排出量12%削減(福島サイト1990年度実績比)	14.3%減(※3)(ただし、前年度比11.2ポイント悪化)	B	CO_2排出量基準年度6%減(福島サイト2005年度比)
	廃棄物削減	ゼロエミッションの推進継続	リサイクル率 99.8%(※4)	A	ゼロエミッションの継続維持
エコマネジメント他	環境ISO	環境ISO認証維持	第三者認証機関による審査実施	A	環境ISO認証維持
	環境教育	環境教育の充実	環境e-ラーニング実施 受講率98%	A	社内層別教育の実施
	環境情報	顧客要求充足	顧客製品環境調査回答率100%	A	顧客製品環境調査回答率100%
	環境保全	郡山土壌改善工事後の水質	モニタリング継続実施	A	モニタリング継続
	環境社会活動	緑化維持	さいたまロードサポート制度に登録を行い、本社前の植え込み緑化維持(※5)	A	地域コミュニケーションの継続

(※1)製品の設計段階で環境アセスメントの8項目に基づき製品ライフサイクルの各段階における環境負荷を定量的に評価

● 環境アセスメント8項目(例)

(※2)4台入りマスターカートンからパレットサイズのスキッド梱包に変更

(※3)福島サイト CO_2排出量
2009,2010年度は工場集約、景気の影響を受け変動

(※4)リサイクル率
廃棄物分別状況のパトロール、教育・啓発の推進や有価物の拡大等を実施

(※5)さいたまロードサポート制度
地域社会環境貢献の一環としてさいたま市が推進する「さいたまロードサポート制度」に登録し、本社・技術センター前市道の清掃美化活動を定期的に実施

We are Clarion

ハンガリーにあるCHEでは、生産拠点として、RoHS、REACH、ELVに代表されるEU指令に基づく法的規制遵守に直接関わっています。当然、サプライヤーにもこの取組みに参加してもらっていますが、現在は、原材料だけでなく、例えば、事務用品、清掃、造園業者など全てのサプライヤーにも活動を広げています。また、私たちは、小学校・幼稚園・保健所の修復活動を従業員とともに継続しており、その活動はクラリオンブランド表彰も受賞しました。従業員やその家族向けに社内環境新聞を無償配布し、家族を含めたより多くの従業員が参加できるよう活動しています。

クラリオンハンガリー 品質保証部
チャバ スダ

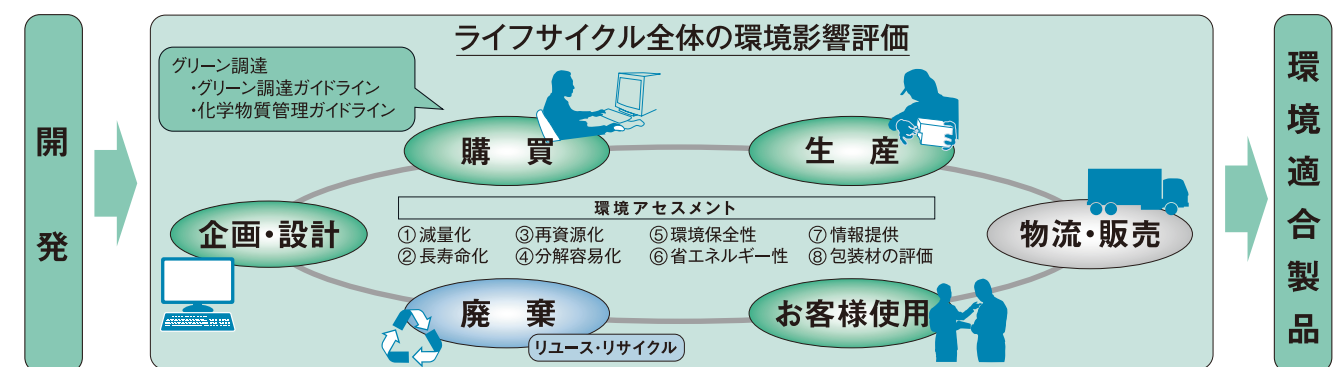
製品への環境配慮

クラリオンは、環境保全の観点から環境適合製品の拡大に努めています。製品の材料・部品・製造工程・物流、お客様の使用段階、廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体を評価するため、自主的に定めた環境アセスメントを開発段階から実施し、その結果に基づき環境マークを表示しています。

環境適合製品への取り組み

環境適合製品の開発

クラリオンは、開発段階から自主的評価基準である設計評価8項目による環境アセスメントを実施しています。製品ライフサイクル全体を通して環境影響を評価するLCA(ライフサイクルアセスメント)に取り組むことで、環境負荷を低減する製品の開発をめざしています。

また、欧州REACH規制等の国内外の法規制や自動車メーカーからの要求に対応できるように、原材料の調達段階でのグリーン調達の推進等、開発段階から規制物質を排除した、環境に配慮した材料・部品の採用を促進しています。

クラリオン環境マークの表示

クラリオンでは、環境配慮型製品の提供を促進するため、減量化、長寿命化、再資源化、分解容易化、環境保全性、省エネルギー性、情報提供、包装材の評価の8項目の環境アセスメントを実施しています。特に当社独自の基準を満たした市販製品は、環境配慮型製品として認定し、環境マークを表示しています。

● 環境マークが表示された製品事例

HDDナビゲーション
NX810

SDDナビゲーション
NX710

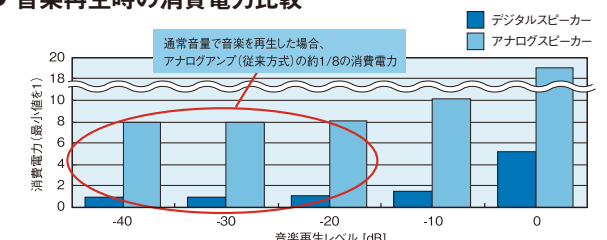
REACH規制への対応

クラリオンは2007年6月に発効したREACH規制への対応を進めています。REACH規制は、欧州内で流通するほぼ全ての化学物質の安全評価を義務付け、その化学物質の情報を登録、評価することにより、化学物質が「人」や「環境」に与える影響の最小化と化学物質管理に関する企業責任を明確化することを目的としています。クラリオンではJAMAシート※を使用し含有物質情報の把握を進めています。

※ JAMAシート:JAMA(日本自動車工業会)とJAPIA(日本自動車部品工業会)の両者にて標準化された成分調査用データシート

車載用フルデジタルスピーカーの開発

クラリオンは、世界初の車載用フルデジタルスピーカーを開発しました。このスピーカーにより、デジタル音源の持つ情報を余すことなく再生し、完全デジタルの全く新たなカーオーディオシステムを実現できるとともに、駆動電圧を従来の半分以下、消費電力を約1/8に抑えるなど大幅な省電力を実現できます。今回開発したスピーカーにより、省電力が求められる電気自動車、ハイブリッド車、アイドリングストップ車等に最適な高音質カーオーディオシステムの製品化をめざしています。

● 音楽再生時の消費電力比較

グリーン調達の推進

クラリオンは、グリーン調達活動の推進をしています。 この活動により、製品ライフサイクルすべての段階での積極的な環境負荷低減をめざしています。さらに環境負荷の少ない物品の調達を推進するために、2010年に「グリーン調達ガイドライン」を改訂し、各種の法規制や業界の基準に適合した製品づくりをサプライヤーと協力して推進しています。

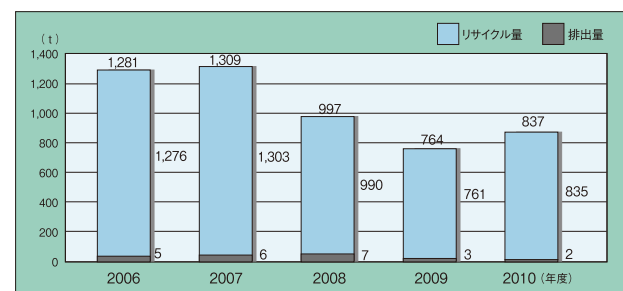
環境保全活動

クラリオンは、廃棄物削減活動、化学物質管理活動、生態系の保全活動、地球温暖化防止活動などさまざまな環境保全活動を通して、事業活動に伴う環境負荷の低減に積極的に取り組み、社会の一員としての責任を果たしていきます。

資源の循環的利用

クラリオンは、循環型社会の実現のため、事業活動から発生する廃棄物の総排出量の削減に加えて、リサイクル活動を推進しています。当社では、ゼロエミッションの定義を「サイトからの廃棄物を99%以上リサイクルなどをし、最終処分量を1%未満とする」と決め、取り組みを進めています。また、製造プロセスの改善や排出物を分解することにより、不法処理のリスクを低減し、マテリアルリサイクルを推進しています。

廃棄物分別状況のパトロール、教育・啓発の推進や有価物の拡大等を実施し、2010年度では、排出物の99.8%がリサイクルされました。より高度なリサイクル化や製品への再資源化技術を推進し、さらなる環境負荷低減に取組んでいきます。

● **廃棄物排出量・リサイクル量**

化学物質管理活動

クラリオンでは、環境汚染リスクの低減や法規制遵守を目的に、教育・啓発活動を通じた化学物質管理を徹底しています。また、生産時に使用する化学物質排出量の削減に可能な限り努めるとともに、環境負荷の少ない化学物質への切り替えを積極的に進めています。現在、使用量・排出量の多いはんだ、廃油、VOC（揮発性有機化合物）対象物質を中心に活動を進めています。

PRTR法対象化学物質の対応

クラリオンでは、PRTR法（化学物質排出把握管理促進法）の報告義務以下の少量の化学物質であっても、その使用量や排出量を把握するシステムを運用しています。2010年度はクラリオンの国内事業所全体でPRTR法対象化学物質の全取扱量が955kgありましたが、取扱量が報告義務以下のため届出対象となるものはありませんでした。PRTR法の対象とならない化学物質についても、その使用量・排出量を管理し、削減に取り組んでいます。

生態系の保全

Clarion ECO Gardenの整備

福島サイトの敷地の一部を緑化してビオトープ「Clarion ECO Garden」を整備し、約700本の植樹を行いました。従業員やその家族の憩いの場として、また生物多様性保全策として役立てています。さらに、来年からは桜の開花時期に合わせ、地域住民への一般開放も予定しています。

猪苗代湖ボランティア清掃活動への参加

エコファクトリー部会の環境協働活動として、6月に猪苗代湖・裏磐梯湖沼水環境保全対策推進協議会主催の猪苗代湖清掃活動に参加しました。クラリオンは、猪苗代湖の水質改善および生態系の保全活動を積極的に推進しています。

地球温暖化防止への取り組み

クラリオンは、地球温暖化防止の取り組みとして、全社の省エネルギー活動の中で、特に電力使用量および燃料使用量の削減を推進し、CO_2排出量の低減を図っています。さらに、環境を重視した効率的な輸送にも積極的に取り組むとともに、製品におけるCO_2排出量の削減活動の取り組みを検討し、地球温暖化防止に貢献しています。

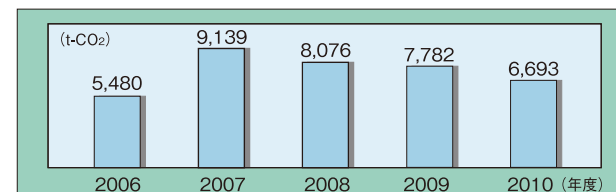
社有車に電気自動車を導入

クラリオンでは、保有している社有車に電気自動車（日産・リーフ）の採用を開始するとともに、電気自動車用充電ステーションを設置しました。電気自動車の導入によりCO_2排出量削減に努めるとともに、今後も、環境に配慮した企業活動を推進していきます。

CO_2排出量の削減活動

日立グループでは、国内で2010年度にCO_2総排出量を12%削減（1990年度比）、または生産高CO_2原単位25%削減という2つの削減目標を掲げて活動しています。クラリオングループが2010年度に使用した全エネルギーをCO_2排出量に換算すると、6,693t-CO_2でした。2007年度から旧ザナヴィ・インフォマティクスの排出量を加えているため2006年度に比べ排出量は増加しています。2010年度は、水戸事業所の郡山生産移管によりCO_2排出量は減少しました。

今後も、生産プロセスの見直しや省エネ機器の導入、作業環境の地道な改善活動により、削減を一層推進していきます。

● **CO_2排出量（全エネルギー）**

2007年8月からクラリオングループの拠点として、環境と省エネに配慮した新社屋が稼動しました。躯体蓄熱空調方式をはじめ自然通風システムやセンサーによる自動調光システムなど、省エネ設備の積極的な導入を図っています。また、マイカー通勤を原則禁止とし、公共交通手段の利用に変更しました。これによる副次的な効果として、CO_2排出量が約124t削減されたことになります。

（出典：ECCJ（財）省エネルギーセンター）

CO_2クレジット（排出権）の利用

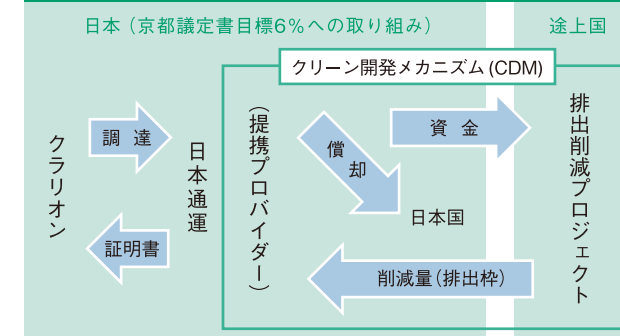
CO_2クレジット付国際航空輸送サービスを利用することにより、新たな環境配慮への取り組みを行っています。これは、国際航空輸送サービスの利用に併せて京都メカニズムに基づくCO_2クレジットを調達し、日本政府の償却口座へ移転・償却するものです。

We are Clarion

私は、品質保証推進室で、主にISO/TS16949とISO14001システムの維持を担当しています。環境側面として、新しい従業員の環境意識育成のためには、まず環境教育を行う必要があります。また、廃棄物の削減やマテリアルリサイクル推進など、毎年、環境目的・目標の作成を関係部署に要請し、環境マネジメントシステムの維持に努めています。

クラリオン中国 品質保証推進室
唐　华丽（エヴァ タン）

また、CO_2クレジットの調達により調達元のプロジェクトであるインド・カルナタカ州の社会インフラにも間接的に貢献したことになります。

※CO_2クレジットの調達および日本政府の償却口座への移転・償却は日本通運のエコツウAWBを利用

タイプ：京都メカニズムクレジット/CER
プロジェクト：インド・カルナタカ州風力発電プロジェクト
[NSL27.65MW]Wind Power Project in Karnataka, INDIA
国連CDM理事会
登録番号：0998

物流におけるCO_2排出量の削減

クラリオンでは、物流におけるCO_2の削減のため、以下の活動に取り組んでいます。

1. モーダルシフトの推進

トラック輸送は環境への影響が大きく、大気汚染等の問題が考えられます。遠距離トラック輸送については、自動車メーカーと共同で鉄道・海運輸送に転換する等のモーダルシフトを推進しています。

2. 積載率の改善

1ケース当たりの入数を増やしたり、個装カートン梱包からパレット梱包へ変更する等の荷姿改善活動に取り組み、コンテナへの積載率改善を図っています。また、日々の物量情報を収集し、トラックの車種手配（4t車・10t車）をフレキシブルに行い、トラックの高積載率化を図っています。

3. コンテナ・ラウンドユースの推進

輸入貨物を降ろした後に空のまま返却されていたコンテナを、同地域向けの輸出貨物の輸送に転用して、往復輸送することによりCO_2排出量の削減を図っています。

4. 巡回集荷（ミルクラン）と共同輸送の推進

各々の企業が個別に輸送すると、環境への影響が大きくなります。そのため、他企業と連携し、巡回集荷（ミルクラン）や共同輸送に積極的に取り組んでいます。

5. 廃棄ストレッチフィルム・廃棄ダンボールの低減

入出荷作業において大量に発生する廃棄ストレッチフィルムを専用圧縮機使用により、ゴミ排出量を削減しています。使用済みダンボールについても専用機にて短冊状に裁断し、梱包緩衝材として再利用しています。また、自動車メーカー納入向け「通い箱」の防塵用ダンボールの蓋をダンプラ（プラスチック製ダンボール）に変更して繰り返し使用し、廃棄ダンボールの低減を図っています。

「クラリオンレポート 2011」第三者意見

一橋大学教授
伊藤 邦雄

2011年度のクラリオンレポートの特徴は、これまでと同様、株主・投資家、顧客、地域社会・住民、取引先、従業員というステークホルダーにバランスのとれた目配りをし、かつ一貫した活動を行っていることを喧伝するのではなく、落ち着いたトーンで表現していることである。それを根幹で支えているのが、「音と情報と人間のより良きつながりを追求し、価値ある商品を生みだす」という基本理念へのこだわりである。

企業の活動は時にぶれる。それは企業理念がまるで額縁の中に納まり、社員の意識の中に根付いていないことに起因する。今日では収益性ばかりを追求していては、持続可能な企業成長を実現することはできない。レポートでも謳われているように、「価値ある企業」とは、利益を追求するばかりでなく、社会全体から信頼され必要とされる企業のことを言う。こうした「価値ある企業」へ向けた取り組みや努力が随所に紹介されており、評価できる。

また一貫したコンプライアンスへの取り組みも向上し、推進体制も充実してきていることも多としたい。コンプライアンス向上活動に終わりはない。

今回の東日本大震災は企業のCSRの在り方に一石を投じた。被災した東北地方には自動車関連を始めとする有数のものづくり企業が活動していた。それらが被災し、サプライチェーンが寸断された。とりわけ自動車業界は突然、危機に直面した。直接被災したメーカーもあり、また取引先が被災したケースも多くあった。その際の企業や組織や社員の行動はどうであったか。俊敏な対応ができたか。日ごろの訓練が有事に活かされたか。社員一丸となった対応ができたか。

今回の大震災は未曾有の惨事であっただけに、レポートの中でもっと震災対応の行動や取り組みが紹介されると良かったと思う。いま、企業にとって「危機」は避けえない。いかなる企業もおよそ「危機」と無縁ではない。持続可能性を高めるには、「危機の経営」が重要となる。ぜひ危機の経営を磨いていただき、今後はそれをレポートに反映してもらいたい。

ハイブリッド車や電気自動車が主流となりつつある現代では、車載情報端末の果たす役割はますます大きくなっている。エネルギーフローの情報をはじめ、従来車にはなかった情報の表示やさまざまな制御が、車載情報端末に期待される。その意味で、これからの車作りの中心的な部分を車載情報端末が担うことになる。

また今回の大震災で幾多の車が津波で流されているのを見て、車載情報端末の果たせる役割の潜在的大きさを強く感じた。平時のみならず、危機時に車載情報端末がどのような役割を果たすべきなのか。車載情報端末の未来は広く深い。ぜひ、そうした期待に車載情報端末のリーディング・カンパニーであるクラリオンには応えていただきたいし、またそれらの構想をレポートで語ってもらうことを期待したい。

同社の磨きぬかれた技術力により、そしてより進化したCSR経営を通して、クラリオン・ブランドをより磨きあげ、日本そして世界に貢献して欲しい。

● **編集方針**
クラリオンレポートは、「会社概況」と「CSRレポート」で構成されております。クラリオンの「企業力」をお伝えするとともに、クラリオンのCSR（企業の社会的責任）に対する取り組みをわかりやすく報告することを目的に編集しています。

● **報告対象範囲**
クラリオン株式会社および国内・海外連結子会社

● **報告対象期間**
2010年度（2010年4月1日から2011年3月31日）の実績。一部に2011年度の事象も含めています。

● **次回発行予定**
2012年

◎ **このレポートの内容は、インターネットでもご覧になれます。**

< URL > http://www.clarion.com/jp/ja/company/effort/index.html

◎ **編集委員**
（クラリオンレポート2011編集プロジェクト）

愛知 正人、赤松 絵里子、上原 章子、岡﨑 直子、金澤 敦子、後藤 圭希、堂出 祐加、中原 史江、野波 伸壽、藤枝 照久、茂木 憲司、吉田 綾子
（五十音順）

◎ **お問合せ先**
クラリオン株式会社 本社事務所
TEL: 048−601−3700（代表）
■ 会社概況については、広報室までお問い合わせ下さい。
■ CSRレポートについては、CSR推進室までお問い合わせ下さい。